

# Influencia del compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022

por Maria Fernanda Herrera Vilchez  
*Paredes Deza Kristhy Missell*



---

**Fecha de entrega:** 13-sep-2023 05:49p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 2165414237

**Nombre del archivo:** ANDA\_PAREDES\_DEZA,\_MISSELL\_INFLUENCIA\_COMPROMISO\_LABORAL\_1.docx  
(1.09M)

**Total de palabras:** 15536

**Total de caracteres:** 87925

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR O RREGO**  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN



**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

---

**“Influencia del compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA  
PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022”**

---

**<sup>2</sup> Línea de Investigación:**

Relaciones Humanas Laborales

**Autor (es):**

Herrera Vilchez, Maria Fernanda

Paredes Deza, Missell

**<sup>1</sup> Asesor:**

Dra. Herbias Figueroa, Margot Isabel

**Código ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-1546-7223>

**TRUJILLO - PERÚ**

**2022**

**Fecha de sustentación: 2023/08/01**

La presente tesis ha sido revisada y aprobada por el siguiente jurado:

**Presidente** : Dra. Lucero Uceda Dávila

**Secretario** : Mg. Hugo Alpaca Salvador

**Vocal** : Mg. Hermes Guevara Corcuera

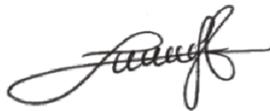
## PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

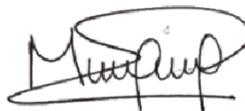
De acuerdo con el cumplimiento de las disposiciones del reglamento de grados y títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, exponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: Influencia del compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.

Desarrollado con el fin de obtener el título de Licenciado en Administración. El objetivo principal es determinar la influencia del compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.

A ustedes miembros del jurado, mostramos nuestro especial y mayor reconocimiento por el dictamen que se haga merecedor y correspondiente del presente trabajo.



Br. Herrera Vilchez, Maria  
Fernanda



Br. Paredes Deza, Missell

#### <sup>4</sup> DEDICATORIA

A Dios por iluminar mis pasos y darme la calma que siempre necesito. A mis padres y hermanos, por haberme forjado como la persona que soy hoy en día, muchos de mis logros se los debo a ellos entre los que se incluye este y a mi profesora por ser una guía importante para concluir este proyecto.

Herrera Vilchez, Maria Fernanda

El presente trabajo está dedicado <sup>4</sup>a Dios por bendecir e iluminar cada uno de mis pasos. A mis padres y abuela por darme la mejor educación, han sido mi motor para nunca rendirme y seguir mejorando. Por último, a mi maestra por el constante apoyo para poder terminar este proyecto.

Paredes Deza, Missell

### **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por darnos salud y permitirnos estar hasta este día, por acompañarnos y guiarnos a lo largo de nuestra carrera. Y por día a día darnos las fortalezas de seguir adelante superando cualquier imprevisto.

A nuestra asesora Margot Isabel Herbias Figueroa, por todo el apoyo brindado, por su tiempo y los conocimientos que nos transmitió a lo largo de todo el semestre académico. Sin usted y su paciencia y tolerancia, esta investigación nos hubiera sido difícil de realizar.

A nuestros padres, quienes han sido el motor que nos ayudó a impulsar nuestras esperanzas y sueños. Son los mejores guías que la vida nos pudo obsequiar y hoy concluyendo este trabajo, se los dedicamos por ser una meta más establecida y conquistada.

Finalmente, a nuestra universidad por habernos permitido formarnos en ella y ser también responsables de que este logro se cumpla abriéndonos sus puertas para el inicio de nuestra carrera.

Los autores

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar la influencia del compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022. Por lo que se formuló la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera influye el compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. de la Av. Larco. Trujillo, 2022? Esta investigación fue de diseño no experimental de corte transversal de tipo causal explicativa, se trabajó con dos poblaciones de 156 clientes y 8 trabajadores de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. de la Av. Larco. Trujillo, 2022 y dos muestras de 111 clientes y 8 trabajadores de dicha organización. Para la recolección de datos se realizaron dos encuestas una para los clientes y otra para los trabajadores. La confiabilidad de los instrumentos se analizó a través del Alpha de Cronbach obteniendo un valor de 0.671 para el compromiso laboral y con respecto a la atención al cliente se obtuvo un valor de 0.896, demostrando que los instrumentos de investigación son confiables. Los resultados fueron que, existe una relación positiva significativa (Sig.<0.01), de nivel alto entre el compromiso laboral y la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo., encontrándose un coeficiente de Pearson de 0.924, indicando que, a mayor compromiso, mejor atención al cliente. Asimismo, se verifica por el análisis de regresión, que el compromiso laboral influye significativamente en la variable atención al cliente con un valor t- Student de 5.909 ( $p < 0.05$ ). Y por el coeficiente R cuadrado, indicando que el compromiso laboral influye 85.3% en la variación de la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo en el año 2022. Como conclusión se obtuvo que, a mayor compromiso laboral presenten los trabajadores mejor es la atención que se brinda a los clientes.

**Palabras clave:** compromiso laboral, atención al cliente, influencia.

## ABSTRACT

The objective of this research work is to determine the influence of work commitment on customer service at POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022. Therefore, the following research question was formulated: How does work commitment influence customer service at POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. from Larco Av. Trujillo, 2022? This research was of a non-experimental cross-sectional design of an explanatory causal type, we worked with two populations of 156 clients and 8 workers of POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. from Larco Av. Trujillo, 2022 and two samples of 111 clients and 8 workers of said organization. For the data collection, two surveys were carried out, one for the clients and the other for the workers. The reliability of the instruments was analyzed through Cronbach's Alpha, obtaining a value of 0.671 for work commitment and with respect to customer service, a value of 0.896 was obtained, demonstrating that the research instruments are reliable. The results were that there is a significant positive relationship (Sig.<0.01), of a high level between work commitment and customer service of POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo., finding a Pearson coefficient of 0.924, indicating that the greater the commitment, the better customer service. Likewise, it is verified by the regression analysis that work commitment significantly influences the customer service variable with a t-Student value of 5.909 ( $p < 0.05$ ). And by the R squared coefficient, it was concluded that the labor commitment influences 85.3% in the variation of the customer service of POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo in the year 2022. As a conclusion, it was obtained that the greater the labor commitment the workers present, the better the attention that is provided to the clients.

**Keywords:** work commitment, customer service, influence.

## INDICE DE CONTENIDOS

<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	v
<b>RESUMEN</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>INDICE DE CONTENIDOS</b> .....	viii
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	xi
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	xii
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	13
1.1. Formulación del Problema.....	13
1.1.1. Realidad problemática.....	13
1.1.2. Enunciado del problema.....	16
1.2. Justificación.....	16
1.3. Objetivos.....	17
1.3.1. Objetivo general.....	17
1.3.2. Objetivos específicos.....	17
<b>II. MARCO DE REFERENCIA</b> .....	18
2.1. Antecedentes.....	18
2.1.1. A nivel internacional.....	18
2.1.2. A nivel nacional.....	18
2.1.3. A nivel local.....	21
2.2.1. Compromiso laboral.....	22
2.2.1.1. Definición.....	22
2.2.1.2. Importancia.....	23
2.2.1.3. Estrategias.....	23
2.2.1.4. Dimensiones.....	25
2.2.2. Atención al cliente.....	25
2.2.2.1. Definición.....	25
2.2.2.2. Características.....	26

2.2.2.3.	Objetivos.....	26
2.2.2.4.	Importancia.....	27
2.2.2.4.1.	Fidelización del cliente.....	27
2.2.2.4.2.	Alta rentabilidad.....	27
2.2.2.4.3.	Forma de publicidad.....	28
2.2.2.4.4.	Aporta información valiosa.....	28
2.2.2.4.5.	Omnicanalidad y atención al cliente.....	28
2.2.2.5.	Estrategias.....	29
2.2.2.6.	Dimensiones.....	30
2.2.3.	Factores que influyen en la atención al cliente.....	30
2.2.3.1.	Sociabilidad.....	30
2.2.3.2.	Motivación.....	30
2.2.3.3.	El compromiso laboral como factor influyente.....	31
2.3.	Marco conceptual.....	32
2.4.	Hipótesis.....	33
2.5.	Variables.....	34
<b>III.</b>	<b>MATERIAL Y MÉTODOS.....</b>	<b>37</b>
3.1.	Material.....	37
3.1.1.	Población.....	37
3.1.2.	Marco muestral.....	37
3.1.3.	Unidad de análisis.....	37
3.1.4.	Muestra.....	37
3.2.	Métodos.....	38
3.2.1.	Diseño de contrastación.....	38
3.2.2.	Técnicas e instrumentos de colecta de datos.....	40
3.2.3.	Procesamiento y análisis de datos.....	41
4.1.	Presentación de resultados.....	44
4.2.	Discusión de resultados.....	51
	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>54</b>

**RECOMENDACIONES** ..... 55  
**REFERENCIAS** ..... 56  
**ANEXOS** ..... 62

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> <i>Clasificación de los niveles de fiabilidad según Alfa de Cronbach</i> .....	41
<b>Tabla 2.</b> <i>Fiabilidad del instrumento de recolección de datos nivel de variables</i> .....	41
<b>Tabla 3.</b> <i>Prueba de las variables compromiso laboral y atención al cliente</i> .....	42
<b>Tabla 4.</b> <i>Escala para la interpretación del Coeficiente de Correlación de Pearson</i> .....	43
<b>Tabla 5.</b> <i>Relación entre el compromiso laboral y la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022</i> .....	44
<b>Tabla 6.</b> <i>Influencia del <sup>3</sup>compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022</i> .....	44
<b>Tabla 7.</b> <i>Nivel de compromiso laboral de los trabajadores de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022</i> .....	46
<b>Tabla 8.</b> <i>Nivel de atención brindada en POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, desde la opinión de los clientes</i> .....	47
<b>Tabla 9.</b> <i>Relación entre el compromiso afectivo y la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022</i> .....	48
<b>Tabla 10.</b> <i>Influencia del compromiso afectivo en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022</i> .....	49

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> <i>Diagrama de diseño causal explicativo</i> .....	40
<b>Figura 2.</b> <i>Diagrama de dispersión del compromiso laboral y la atención promedio de los clientes de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022</i> .....	45
<b>Figura 3.</b> <i>Nivel de compromiso laboral de los trabajadores de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022</i> .....	47
<b>Figura 4.</b> <i>Nivel de atención que se brinda en POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022</i> .....	48
<b>Figura 5.</b> <i>Diagrama de dispersión del compromiso afectivo y la atención al cliente</i> ....	50

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Formulación del Problema

#### 1.1.1. Realidad problemática

Hablar de compromiso laboral va más allá de cumplir con las actividades correspondientes, implica que cada trabajador se sienta identificado con la empresa de la cual forma parte. Los colaboradores deben desarrollar un vínculo emocional con su trabajo al igual que con sus compañeros y preocuparse realmente porque la organización alcance el éxito.

Debido a que un trabajador comprometido entiende que es una pieza clave de la empresa sentirá orgullo y entusiasmo de realizar su trabajo, por lo tanto, le evitará a la organización rotaciones de personal innecesarias y de esa forma le permitirá incrementar sus ingresos y por ende su rentabilidad.

En definitiva, el compromiso laboral impacta directamente en el desempeño de los trabajadores, lo que tiene un efecto en la atención. Sin duda la calidad de atención que se brinda al cliente es esencial para generar una imagen positiva de la empresa no solo frente a los consumidores habituales sino al público en general.

Desde nuestro punto de vista, aquellos trabajadores que no se comprometan con la organización tarde o temprano incurrirán en conductas de retirada, lo que definimos como las acciones que realizan para evitar su trabajo, eventualmente estas actitudes los llevarán a abandonar la empresa.

Anteriormente se tenía el pensamiento que los trabajadores son el capital menos importante de una empresa, lo que ocasiona que estas se preocupen exclusivamente por sus ganancias y su rentabilidad, dejando de lado el bienestar de sus colaboradores y así descartando cualquier forma para incrementar su satisfacción.

Por supuesto que esto ha cambiado con el pasar de los años, hoy en día las empresas se preocupan por la experiencia de sus trabajadores, puesto que, son conscientes de que no se puede brindar una gran experiencia a los clientes, si los empleados no tienen una gran experiencia en sus puestos. Un gran ejemplo es Google, llegando a ser una de las empresas que más "consienten" a sus trabajadores y a pesar, de que esta

empresa ya era conocida por los famosos incentivos que otorgaban, se ha condecorado gracias a un pueblo ubicado en California llamado Googleplex, ofreciendo a sus trabajadores todos los servicios que llegaran a requerir: bibliotecas móviles, spa, guardería, entre otros. Asimismo, se encuentra permitido el acceso a mascotas como también, promueven que los hijos y padres realicen una visita. Por esto es que la máxima empresa en tecnología lleva adueñándose del puesto por seis años en el ranking a nivel del mundo como excelente centro laboral para trabajar, según la revista Fortune (The Shed Co, 2023).

A nivel nacional, Great Place To Work realizó un estudio donde nos indica que, Interbank llega a ser reconocida como una entidad fuerte y sólida gracias a su cultura organizacional que tienen la cual, se basa en la confianza y sobre todo brindar un ambiente laboral donde se prioriza la credibilidad, respeto, la inclusión, igualdad e integridad, siendo estos elementos importantes para hacer a las empresas más innovadoras y eficientes, por esta razón, está ocupando el primer lugar en el ranking de los 60 mejores sitios para trabajar en Perú.

Por otro lado, el estudio State of the Connected Consumer, realizado por Salesforce con más de 6.700 consumidores en 15 países, manifestó que el 80% de los clientes confirman que la experiencia en atención al cliente, ofrecida por una marca, es tan significativo como la calidad de los productos y servicios que ella ofrece.

Ahora, gracias al reporte Global Research Marketing (GRM) arrojó en Perú que el 67% de encuestados no volverían a una empresa donde tuvieron una pésima experiencia con respecto al servicio, mientras tanto, el 60% optan por pedir el libro de reclamaciones (Guzman, 2021).

Esta referencia resalta aún más el cambio en el comportamiento de los consumidores que están por detrás de los dispositivos y desean experiencias reales, inteligentes y conectadas. La atención al público solicita ahora que toda empresa conozca a sus clientes, construyendo relaciones y recorridos personalizados para brindar una experiencia grata. La experiencia del cliente será el resultado de todos los esfuerzos que pongan las empresas en el área de atención.

Collins (2020) sostiene que, en el siglo XXI muchas de las empresas están en constante enfrentamiento por la innovación y por la adaptación a

los cambios que produce la tecnología. El querer buscar una mayor productividad y efectividad de la compañía, genera casos como la ansiedad y estrés de sus colaboradores, y posteriormente una falta de compromiso porque llegan a tal punto de sentirse abrumados con sobrecarga de trabajo de o cuando sienten desinterés hacia ellos por sus jefes. Se estima que el 70% del personal, no se sienten comprometidos con sus tareas según Rastogi, y se llega a complicar más cuando no hay una identificación hacia la empresa donde trabajan.

A nivel internacional, gracias a la investigación de Workforce of 2020 de Oxford Economics, arroja que el 13% de las personas afirmaron sentirse comprometidos con sus labores. Hoy en día contar con gente que se identifique con una empresa es muy escaso, por lo cual lo convierte en valioso ya que, gracias a ello, logra impulsar la productividad.

Aon Hewitt (2016) "Tendencias Globales del Compromiso de los Empleados 2016", afirma que el índice ha ido en aumento con respecto al compromiso laboral. La región que lidera con un 72% es América Latina, pero Perú supera la valla con un 74% gracias a los factores como oportunidades para desarrollarse, las remuneraciones y el reconocimiento que reciben que impulsaron el nivel de compromiso que se deseó.

Pero hay excepciones en el Perú como tal es el caso de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. en la Av. Larco, que viene trayendo un alto porcentaje de renuncias de sus trabajadores debido a las constantes indiferencias que reciben por parte de los altos mandos, ya que no cuentan con un buen plan estratégico ante imprevistos o licencias que se le otorga a cada colaborador teniendo como consecuencia la sobrecarga de trabajo, provocando inicialmente la falta de interés por atender adecuadamente a los clientes y terminando por desistir de sus contratos.

Al igual que el reparto desigual de las tareas, también se presenta una permanente distracción en horas laborales de atención ya que no cuentan con un supervisor que esté al mando e indique lo que se tiene que realizar. Esto va de la mano con la falta de interés por invertir en capacitaciones, ya que no cuentan con la información detallada de sus actividades y sin alguien que no controle el área, pues como consecuencia tenemos la ausencia de identificación con la empresa. Entonces, la presente

investigación está enfocada en analizar la importancia del compromiso laboral y su repercusión en el servicio al cliente.

#### 1.1.2. Enunciado del problema

¿De qué manera influye el compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. de la Av. Larco. Trujillo, 2022?

### 1.2. Justificación

#### 1.2.1. Teórica

La presente investigación se ha realizado con la intención de recopilar conceptos actualizados sobre el compromiso laboral y la atención al cliente; recalando sus dimensiones, estrategias e importancia. La investigación es respaldada por la teoría de Meyer y Allen, quienes desarrollaron tres dimensiones para el compromiso laboral: compromiso afectivo, de continuidad y normativo, las mismas que se exponen en el presente trabajo. Por último, el estudio es útil para estudiantes y profesionales que necesitan información actualizada sobre las variables antes mencionadas.

#### 1.2.2. Práctica

La presente investigación se ha desarrollado porque existe la obligación de aumentar el nivel de compromiso laboral, y así prevenir el desinterés en el área de trabajo y la mala organización con respecto a la rotación del personal. De igual manera, se busca mejorar la comunicación entre los colaboradores y los altos mandos de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. de la Av. Larco en Trujillo a la hora de equilibrar las actividades correspondientes, de no ser así, los constantes desistimiento de contrato continuarán, impidiendo brindar un servicio de calidad.

#### 1.2.3. Metodológica

El presente trabajo de investigación ha aplicado una metodología en la que se emplea la encuesta y el cuestionario; técnica e instrumento de investigación que han sido validados por expertos en el área. Por otra parte, la prueba estadística que se aplicará será el Coeficiente de correlación de Spearman para medir la asociación entre las variables de estudio.

#### 1.2.4. Social

Desde una perspectiva social, se busca confirmar <sup>3</sup> que el compromiso laboral influye en la atención al cliente, puesto que son factores primordiales que hacen que una empresa especialmente dedicada al servicio se vuelva exitosa. Al momento de sacar un negocio al mercado, desde un inicio se sabe que se opta por reclutar a las personas que más le convenga a la organización y se adecúa a los objetivos de la misma, por lo tanto, se realiza todo un proceso estricto al momento de contratar, tomando en cuenta que posteriormente se debe de evaluar y controlar al personal periódicamente como es el caso de las muy sonadas capacitaciones. De la misma forma, las organizaciones deben también preocuparse por el bienestar de sus colaboradores.

### 1.3. Objetivos

#### 1.3.1. Objetivo general

Determinar la influencia del compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.

#### 1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar el nivel de compromiso laboral de los trabajadores de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo y sus funciones.
- Evaluar la atención que se brinda en POSTRERIA PASANTI E.I.R.L Av. Larco. Trujillo mediante sus consumidores.
- Identificar en qué medida el compromiso afectivo influye en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo.

## **II. MARCO DE REFERENCIA**

### 2.1. Antecedentes

#### 2.1.1. A nivel internacional

Gonzalez (2018) con su artículo de investigación titulado "*Clima Organizacional: estudio empírico a nivel restaurante en Viçosa, Minas Gerais, Brasil*", quiso analizar el clima organizacional en el restaurante Távola Lúdica Burgers & Fun, ubicado en la ciudad de Viçosa en Minas Gerais, Brasil. La investigación es de carácter cuantitativo y de un nivel descriptivo, tomando como muestra a 15 trabajadores se aplicó un cuestionario de 35 preguntas y de igual manera, se realizó una entrevista con el propietario del restaurante para tener conocimiento sobre el estado del ambiente laboral. Se concluye que, aspectos como la comunicación, el trabajo en equipo y la motivación son un punto frágil para que la empresa funcione adecuadamente, por esta razón, es esencial que toda organización defina claramente sus objetivos y los comunique a los trabajadores, para que sigan el camino correcto de la realización de sus actividades.

López (2018), en su tesis de posgrado para obtener la maestría en Administración de Empresas titulada "*Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*", se planteó como objetivo analizar cuál es la relación entre la calidad del servicio que ofrece el restaurante y la satisfacción que reciben los clientes. La investigación se ha realizado en base a un enfoque mixto y es de tipo descriptiva. Como instrumento de recolección de datos se empleó un cuestionario el cual se realizó a 365 clientes, los resultados obtenidos dieron como conclusión lo importante que es que la empresa se tome un tiempo para hacer un modelo de evaluación procediendo a que se disminuyan errores comunes al momento de servir a un cliente.

#### 2.1.2. A nivel nacional

En Perú tenemos el estudio realizado por Rojas (2020) su tesis para obtener el título de Licenciada en Psicología se titula "*Compromiso organizacional y procrastinación laboral en empleados de una empresa de pastelería del distrito de Surco*", el objetivo planteado fue determinar la relación que existe entre el compromiso organizacional y la procrastinación laboral en los trabajadores de una pastelería de Surco. La investigación tiene un enfoque cuantitativo y es de diseño no experimental, de corte transversal y de tipo descriptivo, comparativo y correlacional. Por otro lado, la muestra estuvo constituida por 250 empleados, los que fueron encuestados a través

de cuestionarios. Los resultados muestran que el 52 % de los trabajadores tienen un nivel promedio de compromiso organizacional y sólo el 26.4% tienen un nivel alto de compromiso organizacional, en la dimensión afectiva predomina un nivel promedio con 67.2%, en el compromiso normativo 70.4% manifiestan encontrarse en nivel regular y en continuidad 67.6% en nivel medio. Se concluye que, no existe relación entre el compromiso organizacional y la procrastinación laboral, con un valor Rho de Spearman de 0.036 ( $p = 0.569$ ), de igual manera no se encontró relación significativa entre el compromiso organizacional y el sentido del servicio; sin embargo, es de suma importancia que las empresas se preocupen por ofrecer beneficios a sus trabajadores y de esa manera motivarlos a desempeñarse de manera eficiente.

Dávila y Barboza (2019) su tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración se titula "*Servicio al cliente y la relación con la satisfacción del cliente, en el Restaurante Yenifer de Tarapoto, periodo 2016*", se plantearon como objetivo establecer si existe alguna relación entre el servicio al cliente y la satisfacción del cliente del restaurante antes mencionado. La investigación es de carácter correlacional y se tomó como muestra a 232 consumidores. Asimismo, para recolectar los datos requeridos la técnica empleada fue la encuesta. Los resultados muestran que el 15% de los encuestados manifestaron encontrarse muy insatisfechos, el 21% indicó estar insatisfecho, y sólo el 22% indicó estar satisfecho, Asimismo, se identificó que varios clientes no se encuentran satisfechos con la rapidez de la atención en cuanto a un pedido. Además, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.194 ( $\text{sig} < 0.05$ ) se demuestra la relación entre el servicio al cliente y la satisfacción del cliente en su atención. Se concluye que, el servicio brindado es regular y no cumple con las expectativas de los clientes, por esta razón, es importante seleccionar trabajadores amables que ofrezcan un trato agradable, capacitarlos constantemente para mejorar el ambiente laboral y la calidad de servicio que se ofrece.

Gave (2022) en su tesis para obtener el grado de maestro, denominada "*Compromiso organizacional y la calidad de servicios de la financiera Crediscotia en agencia Huancayo - 2021*", se planteó como objetivo determinar la relación que existe entre el compromiso organizacional y la calidad de servicios de dicha entidad. Empleó un diseño no experimental de nivel correlacional, aplicando la técnica de la encuesta a 20 colaboradores que trabajan en la agencia Huancayo de la Financiera

CrediScotia. Los resultados muestran que existe relación positiva entre el compromiso organizacional y la calidad de servicios, evidenciando un coeficiente correlación de 0.980 (Sig <0.05). De igual manera, existe una relación directa con las dimensiones compromiso afectivo (Pearson de 0.945,  $p < 0.05$ ); el compromiso normativo (Pearson de 0.902,  $p < 0.05$ ); y el compromiso de continuidad normativo (Pearson de 0.856,  $p < 0.05$ ).

Medina y Mendoza (2021) en su tesis titulada *“Relación entre el compromiso laboral y la calidad de servicio de la Municipalidad Provincial de Caylloma Arequipa – 2021”*, realizada con la finalidad de determinar cuál es la relación que puede existir entre el compromiso laboral y la calidad de servicio de la Municipalidad de Provincial de Caylloma. Aplicó una encuesta, sobre el compromiso organizacional a 94 empleados de la mencionada entidad y con respecto a la variable calidad de servicio se consideró a los ciudadanos que acceden a la entidad a realizar diferentes trámites administrativos. En los resultados se verifica que el compromiso laboral, de los administrativos de la Municipalidad no es el adecuado para la institución y se encuentra en un nivel bajo, debido a que los trabajadores muestran deficiencia en la atención a los clientes, y por consiguiente la calidad de servicio no es adecuada. Se concluyó que existe relación entre el componente afectivo y la calidad de servicio; hay una relación considerable entre el componente normativo y la calidad de servicio, al indicar que el sentimiento de permanecer en la institución por parte de los trabajadores es deficiente, y existe relación entre el componente de continuidad y la calidad de servicio, al demostrar que la estabilidad de los trabajadores se encuentra en un nivel regular.

Cervera (2018) en su investigación realizada con el objetivo de determinar el grado de compromiso organizacional de los trabajadores del restaurante “El Tiburón” en la Ciudad de Lambayeque. El estudio es con enfoque cuantitativo de nivel descriptivo, donde se seleccionó una muestra de 21 trabajadores y 145 clientes en quienes se aplicó un cuestionario que contenía tres dimensiones: compromiso afectivo, de continuidad y normativo. Encontrando que, los trabajadores manifiestan lealtad hacia la empresa, tienen necesidad de permanecer trabajando en ella, sienten lazos sentimentales con la empresa, sin embargo, no se sienten identificados con los objetivos del restaurante. Se concluyó que el grado de compromiso organizacional de los trabajadores del Restaurante “El Tiburón” en la Ciudad de Lambayeque es de nivel medio con tendencia alto, ya que la dimensión

de compromiso afectivo y de continuidad obtuvieron un nivel medio (31 y 29.64 respectivamente), mientras que la dimensión de compromiso normativo obtuvo un valor ubicado en la categoría alto.

Uribe, Horna, Tamara y Ochoa (2018), en su estudio realizado con el objetivo de determinar el nivel de satisfacción en los restaurantes en el distrito de Miraflores y la relación entre satisfacción del cliente y el ambiente laboral, se utilizó una muestra de 150 trabajadores y clientes, a quienes se les aplicó una encuesta. Los resultados mostraron que el 46,7% han mostrado sentirse satisfechos con trabajar en la empresa en que se encuentran ahora, el 35.3% de los clientes se encuentran satisfechos con la atención del personal. Se concluye que, el nivel de satisfacción mostrado por los trabajadores y clientes es alto y que la satisfacción del cliente tiene relación directa significativa con la satisfacción de los trabajadores.

### 2.1.3. A nivel local

A nivel local, Carbajal (2019) en su tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Administración la cual se titula "*Cultura organizacional y calidad de servicio en el restaurante marisquería Patty de la ciudad de Trujillo, 2019*", quiso determinar si existe alguna relación entre la cultura organizacional y la calidad de servicio en el restaurante mencionado anteriormente. Empleó una investigación de tipo descriptiva con un diseño correlacional y el instrumento utilizado fue el cuestionario, el cual se formuló a 184 clientes. En los resultados se evidenció que la cultura organizacional se relaciona positivamente con la calidad de servicio ( $R_s$  de 0.924,  $\text{sig}<0.05$ ) y con la satisfacción del cliente ( $R_s$  de 0.866,  $\text{sig}<0.05$ ). Se concluye que, si existe una relación importante entre la cultura organizacional y la calidad de servicio del restaurante, razón por la que es importante formar a los trabajadores en el cumplimiento de los valores, objetivos y normas de la empresa para que se sientan identificados con la misma.

Moreno (2016) en su tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Turismo, Hotelería y Gastronomía la cual se titula "*Servicio de atención al cliente en los restaurantes de la cadena Roky's en el distrito de Trujillo - 2016*", quiso determinar el procedimiento del servicio de atención al cliente en los restaurantes de la cadena Roky's en el distrito de Trujillo. La investigación dispuso de una metodología cualitativo - cuantitativo con un diseño descriptivo aplicada. Asimismo, los instrumentos y técnicas de

investigación empleados fueron la encuesta, observación y cuestionarios, la muestra estuvo constituida por 186 clientes. Se concluye que, el servicio de atención al cliente se ve afectado por la falta de personal capacitado y la poca disposición que se tiene para trabajar en equipo. De la misma manera, se estableció que la administración dentro de una organización genera productividad eventual mas no constante.

## 2.2. Marco teórico

### 2.2.1. Compromiso laboral

#### 2.2.1.1. Definición

El compromiso laboral es una condición psicológica a través de la cual un colaborador se siente como parte de la empresa y además se siente constituido en la misma, a través de un nexo o vínculo (Fernández, 2017).

Por su parte, Guevara y Fernández (2017) definen que el compromiso laboral se relaciona principalmente con la medida en que un colaborador se identifica e involucra con la empresa, se refiere al lazo o nexo psicológico que une a la persona con el lugar en el cual trabaja.

Ayala y Bustamante (2018) precisan que el compromiso laboral se fundamenta en el nivel de compenetración y afinidad que un trabajador tiene con la empresa; su desempeño y productividad dependen del compromiso que sienta con la organización. Esto quiere decir que, tener trabajadores comprometidos con los objetivos y metas de la organización garantiza su permanencia y de esa forma disminuye las constantes rotaciones de personal.

El nivel de compromiso se puede calcular a través del empleado con su identificación hacia su trabajo, la colaboración activa en él y, además, tiene en cuenta la importancia de lo que es su desempeño para sí mismo en lo laboral (Robbins y Coulter, 2010, como se citó en Galindo, 2018).

#### 2.2.1.2. Importancia

Lab (2021) refiere que conformar un equipo de trabajo comprometido trae grandes privilegios en diferentes niveles de la organización:

- A nivel organizacional: Que los trabajadores sean comprometidos influye a nivel de la organización en la mayoría de sus partes: rentabilidad, ingresos, el cliente y lo que se relacione a su experiencia, la alternancia de personal, y más. Debido a eso, las organizaciones con un índice alto de grupos comprometidos producen un 22% extra de rentabilidad, 37% menos de falta de colaboradores y acrecientan un 16% los ingresos.
- A nivel económico: El equipo con un deficiente compromiso suele llegar a convertirse costoso y no por un mal índice sobre la producción, sino suele darse porque la ausencia de motivación es pegadiza y así llega a impactar financieramente con la constante alternancia de personal. A diferencia de los colaboradores que se comprometen y que tienen interés porque su empresa marche bien, a los colaboradores que no tienen algún tipo de vínculo, no les importa. No hay indicios de interés por parte de ellos hacia la empresa y solo se satisfacen con realizar el mínimo esfuerzo, haciendo que repercuta el rendimiento de la entidad de manera grave.
- A nivel corporativo: Una empresa que cuente con un equipo calificado para estar motivado con esta, es significado de una cultura fuerte y positiva. Esta fama no solo va a traer una transformación de la imagen externa, además atraerá a los talentos que se encuentren en la industria.

#### 2.2.1.3. Estrategias

Person (s.f.) presenta seis revolucionarias estrategias para que las empresas alcancen el máximo compromiso de sus colaboradores:

- Tratar a cada colaborador como un experto en su puesto: Se debe tener en consideración a cada trabajador como alguien competente, sereno, mesurado, responsable y capaz de dar

aportes valiosos para identificar los problemas y las soluciones, dándole valor a la organización. Esto hace que aumente el compromiso del colaborador para hacer todo lo que le sea posible y llegar al nivel de las expectativas de la organización.

- Tomar en cuenta los valores personales en los procesos de reclutamiento: Cuando ocurre una poca identificación hacia la empresa, se convierte en uno de los principales enemigos del compromiso laboral. Si hay trabajadores que no se alinean de la manera en cómo se maneja la compañía, no se puede esperar a que estén comprometidos ya que, ni un salario ni algún beneficio lo generará, de eso se encarga el clima organizacional y la filosofía de la empresa; y cuando los valores de los trabajadores lleguen a adaptarse, se podrá decir que se desarrollará el sentimiento de la lealtad.
- Tener en cuenta la transparencia bidireccional: La transparencia es una cultura que muchas de las empresas están adoptando cada vez más en estos últimos tiempos, porque no es un secreto que cuando se ocultan cosas uno se siente relegado o apartado de la compañía. Esto cambia cuando se tiene acceso a todo tipo de información, debido a que sabemos que estamos trabajando para un sitio que no nos oculta datos y a la vez nos empodera saber que somos dignos de la confianza, por lo tanto, motiva a continuar laborando brindando siempre lo mejor de uno.
- Pensar en carreras a largo plazo: Cuando se recluta a un colaborador, se asume que el tiempo que se quedará es largo y como efecto se debe de ofrecer un plan para que vaya en crecimiento como lo es la capacitación, donde tendrá un aprendizaje continuo hasta que llegue a una profesionalización de su puesto. Se puede ver de una manera de inversión de la misma organización ya que serán sus trabajadores quienes la saquen a flote y le generen utilidades.
- Crear planes de beneficios inteligentes: La clave aquí es comprender que la experiencia de los empleados es la real cultura de bienestar como, por ejemplo, los servicios de salud junto a sus beneficios, bonos, días suplementarios al tiempo de vacaciones, como también atender su salud mental ya que, un trabajador que se sienta en su zona de confort y relajado es más

productivo y eficiente a uno que esté saturado de estrés por presión.

#### 2.2.1.4. Dimensiones

Meyer y Allen (1991, como se citó en Guerrero, 2019), definieron que las dimensiones del compromiso laboral son las siguientes:

- Compromiso afectivo: Viene a ser el contacto afectivo de una persona que trabaja para una organización con el fin de poder sentirse identificado e involucrado con la misma. Justamente, el compromiso afectivo evidencia la voluntad personal de continuar en la empresa, y es caracterizado por la conexión emocional que los colaboradores tienen por el lugar donde trabajan, buscando así llegar a la satisfacción las necesidades psicológicas como también, sus expectativas.
- Compromiso de continuidad: Se da cuando el nexo del trabajador con la compañía pasa de ser emocional a sostener un nexo de carácter material, llegando a tener un bajo grado de compromiso y solo se basa en lo que al trabajador le va a costar si abandona su puesto de trabajo. Mejor dicho, el trabajador va a sentir un vínculo con la empresa por el tiempo, dinero y esfuerzo invertido, y renunciar sería una pérdida para él.
- Compromiso normativo: Se considera que este compromiso de correspondencia fomenta un gran afecto por parte de los colaboradores hacia su institución, ya que prueban una sensación de obligación o deuda por haberles brindado una oportunidad.

### 2.2.2. Atención al cliente

#### 2.2.2.1. Definición

Da Silva (2020) refiere que la atención al cliente es la herramienta que permitirá establecer puntos de contacto con los clientes, por medio de distintos canales, esto con el propósito de construir relaciones con ellos antes, durante y después de la venta.

Según establecen Buentello, Gomez, Valenzuela y Villareal (2019), la atención al cliente es una acción que esta encamina a un solo fin, el cual es captar a personas y empresas para que consuman

lo que se ofrece o se produce, posteriormente son estos quienes valorarán y calificarán la atención que recibieron.

El servicio de atención al cliente es lo que las compañías ofrecen a sus clientes, en caso de que se formule un reclamo, inquietud o recomendación acerca del producto o servicio. (Ballou, 2004, como se citó en Sainz, 2016, p. 34).

La atención se trata de llegar a la satisfacción de forma eficiente al cliente con respecto a las expectativas que tiene y en relación a la manera en que es atendido en la empresa (Robbins y Judge, 2013, como se citó en Padilla, 2018, p. 32).

#### 2.2.2.2. Características

Para satisfacer completamente a cada cliente todo servicio de atención al cliente debe contar con las siguientes características (Chiavenato, 2015, como se citó en Padilla, 2018, p. 36):

- Entendimiento de las necesidades y expectativas del cliente: Antes de proyectar las políticas sobre la atención, es esencial tener conocimiento profundo sobre las insuficiencias de las diferentes fracciones de clientes y así satisfacer sus estándares.
- Flexibilidad y mejora continua: Las empresas deben estar prevenidas para ajustarse a posibles variaciones en su división y a la ineptitud progresiva de algún cliente, es decir, los colaboradores que mantienen un contacto cercano con sus usuarios y así tomen determinaciones que complazcan las necesidades de ellos aun así sea en una situación complicada.
- Orientación al cliente y al trabajo: Las actividades que están involucradas con la atención inmediata al cliente se dispone de dos componentes: propio del trabajo efectuado y el humano en el técnico, originario del contacto con las personas.

#### 2.2.2.3. Objetivos

Caballero, López, Pérez y Pérez (2016) plantean que el departamento de atención al cliente tiene como objetivos:

- Comunicar afecto de confianza al cliente, porque se darán cuenta que la empresa puede resolver algún tipo de incidencias,

entonces deben estar seguros de que será resuelto fácilmente o al menos, gestionado de manera adecuada.

- Recolectar todo tipo de información sobre los diferentes aspectos de cada cliente debido a que, por medio del proceso de reclamación, brindarán información valiosa sobre los puntos vulnerables que tenga la compañía y su posible solución.

#### 2.2.2.4. Importancia

##### 2.2.2.4.1. Fidelización del cliente

Cuando hay presencia de fidelidad en el servicio, se muestra el nivel donde el cliente manifiesta una conducta de compra reiterada hacia el proveedor, goza de una actitud positiva y aparte, siempre va a considerar su uso cuando pida el servicio de este (Calderón y Rojas, 2021).

Encalada (2016) afirma que la fidelidad por parte del cliente no solo se trata de mantenerla en el tiempo, sino que también recalca la importancia de que se conviertan en aliados de la empresa al momento de patrocinar y recomendar, convirtiéndolos en agentes multiplicadores y satisfechos.

Caballero, López, Pérez y Pérez (2013) sostiene que fidelizar a los clientes es el objeto de ser de cualquier empresa, y para esto, dicha empresa debe conseguir que su cliente sienta satisfacción a la hora de ser atendido y que sus necesidades sean cubiertas gracias al producto o al servicio contratado. Por lo tanto, encargarse de forma adecuada de la relación con los clientes es clave para conseguir el éxito de la compañía.

##### 2.2.2.4.2. Alta rentabilidad

El servicio al cliente apoya de manera directa a que los objetivos de que las ventas aumenten se cumplan y, por consiguiente, su rentabilidad. Las ventas reiterativas ayudarán a la solidez a la empresa (Anónimo, 2021).

#### 2.2.2.4.3. Forma de publicidad

Cuando un cliente es bien tratado, siempre tendrá el deseo de regresar. Usualmente habla con amistades, familiares y hasta con personas desconocidas sobre la relación que lleva con la empresa que lo atiende de buena manera. Este servicio bueno que se le da a un cliente, produce experiencia agradable y un 77% de los usuarios están dispuestos a recomendar una compañía donde obtuvieron una experiencia positiva (Da Silva, 2021).

#### 2.2.2.4.4. Aporta información valiosa

Da Silva (2021) afirma que, prestar atención a las cosas positivas y negativas que dice un cliente sobre la marca, es posible que los procesos de la empresa se transformen a favor de los consumidores, esto sin contar que aprecian positivamente cuando las empresas reciben sus opiniones y las hace valer.

#### 2.2.2.4.5. Omnicanalidad y atención al cliente

Si hablamos de omnicanalidad nos referimos a la estrategia que le permite a una organización uniformar sus medios de comunicación reduciendo los esfuerzos para contactarse con sus clientes y al mismo tiempo les ofrece una experiencia integrada. Implementar esta herramienta permite integrar los distintos puntos de contacto y así mejorar el rendimiento de la comunicación (Da Silva, 2020).

La omnicanalidad es la estrategia que facilita a las empresas mantener contacto con sus clientes o bien con su "target group", mediante diversos canales, estos podrían ser: redes sociales, páginas web y correo electrónico (Reul, 2019, como se citó en Alayo y Cárdenas, 2020, p. 20).

Como menciona Tenazinha (2016) los consumidores están mucho más adelantados que las empresas, razón por la que estas tienen que facilitar varios canales de comunicación para satisfacer cada una de sus necesidades.

#### 2.2.2.5. Estrategias

Da Silva (2021) afirma que para toda empresa debe ser primordial establecer planes de acción para mejorar la atención al cliente y de esa forma incrementar su lealtad, por lo que, propone las siguientes estrategias:

- Revisión constante de la satisfacción del cliente: Perfeccionar el servicio resulta obligatorio al momento de calcular la medición de la satisfacción de los clientes. Cuando se identifican los puntos comunes sobre la insatisfacción, ahí se podrá realizar un diseño sobre la estrategia y así se podrá enfocar en los principales problemas.
- Personalización de los objetivos: Los clientes presentan expectativas de personalización cada vez más elevadas en relación a los productos y al servicio que brindan las empresas. Entonces, para poder personalizar la relación consumidor-empresa es importante que se recopilen todos los datos sobre dichas expectativas. Así se podrá establecer contenido de su preferencia.
- Proyectos de fidelización: Es conocido que los clientes deben ser reconocidos y estimulados a la vez. A pesar de ello, el método para clientes con lealtad tiene que transmitir lo especial que se resulta un cliente fiel para la organización. Sin importar el dominio adquisitivo, los clientes adoran los descuentos que reciben haciendo que se motiven ya que, el cerebro se encuentra condicionado por los estímulos.
- Crecimiento del autoservicio: Es una manera de atención al cliente donde realizan una compra o resolución de algún problema sin que sea necesario contactar a un agente de la empresa. Gracias a esta estrategia, propiciará el empoderamiento del cliente ya que se le está permitiendo la experiencia de una compra a un ritmo personalizado.
- Experiencia del empleado como origen de la satisfacción del cliente: Si se pretende ofrecer un servicio de calidad, se necesita facilitar el trabajo de los colaboradores, así como también entender que la capacitación hacia ellos es imprescindible ya que se le otorgará facultades y así atiendan de manera eficiente.

#### 2.2.2.6. Dimensiones

Según Moratonas (2015) las dimensiones de la atención al cliente son las siguientes:

- Comunicativa: A través de la comunicación, se puede notar el grupo de potencialidades que tiene el equipo de atención al cliente para manifestar algo importante. Para ello es necesario que los trabajadores sepan cuáles son los elementos primordiales sobre la comunicación humana para referirse a quienes atienden, así se elevará la calidad del servicio.
- De servicio: Se relaciona con el potencial para servir que tiene el personal de atención al cliente en todo el sentido de la palabra. Es decir, ayudar, asistir, estar dispuesto a atender con entrega y buena voluntad, así como también, ser quien realice su atención apropiadamente.
- De trabajo: Por medio del trabajo se verá la capacidad del equipo de atención al cliente para transformar su desempeño en comunicación. Es el intento de alcanzar algo acompañado con el esfuerzo y el tratar de obtener efecto e influencia en alguien.

#### 2.2.3. Factores que influyen en la atención al cliente

##### 2.2.3.1. Sociabilidad

El servicio al cliente necesita de la capacidad de interactuar con las personas, es fundamental saber mantener conversaciones amistosas y sobre todo mostrar un interés real por los clientes (Vida Profesional, s.f.).

##### 2.2.3.2. Motivación

Cornejo (2021) afirma que impulsar el desarrollo para la preparación del alcance de objetivos, la creatividad y algunos cambios en la organización es importante para hacer crecer su productividad. Actualmente, a la creatividad y al conocimiento de formas nuevas para cumplir laboralmente es la clave para conservar una empresa, permitiendo asegurar una posición donde se vea competitiva.

#### 2.2.3.3. El compromiso laboral como factor influyente

Aquellos colaboradores que se encuentran comprometidos laboralmente son pieza fundamental en cualquier organización, porque llegan a ser eficaces, mostrando valor y dedicación cuando cumple con sus tareas y llegan dispuestos a sobrepasar los estándares mínimos que le piden. Sus actividades se convierten menos pesadas y cuando las realiza lo hace con agrado, así está interesado por responder antes las necesidades de sus clientes. (Galindo, 2018, p. 65).

### 2.3. Marco conceptual

- **Satisfacción laboral**

Hernández (2015) la satisfacción laboral se refiere al grado de comodidad y felicidad que experimentan los colaboradores en su trabajo.

- **Capacitación**

Chiavenato (2017) la capacitación es un procedimiento formativo por el cual los subordinados aprenden y desarrollan habilidades con relación a los objetivos planteados.

Bohlander, Morris y Snell (2018) capacitación es el conjunto de actividades empleadas por las organizaciones para brindar nuevos aprendizajes e incrementar los conocimientos y habilidades de sus trabajadores.

- **Productividad**

Lorenzo (2018) la productividad hace referencia al vínculo que existe entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados.

- **Cultura organizacional**

Llanos (2016) afirma que la cultura organizacional identifica a toda empresa haciendo que sus trabajadores se sientan parte de la misma ya que profesan los mismos valores, normas, es decir todo lo que la distingue de otra organización.

- **Incentivos**

Los incentivos son los salarios, premios, beneficios, oportunidades, etc. que la organización ofrece a sus colaboradores por el trabajo y contribuciones que estos realizan a la empresa (Chiavenato, 2007, como se citó en Gonzales, 2020, p. 15).

- **Comunicación interna**

Viene a ser la comunicación la cual está dirigida estrictamente al cliente interno, en otras palabras, al trabajador. Esta comunicación es originada por las novedosas necesidades de las empresas para incentivar y motivar al equipo y conservar a los mejores en un ambiente empresarial donde es constante el cambio y a la vez, más rápido.

- **Clima laboral**

O también llamado clima organizacional, refiriéndose al clima interno que hay en cada miembro de la empresa, lo cual está relacionado también con el nivel de motivación de estos (Chiavenato, 2007, como se citó en García y Benavides, 2020, p. 13).

#### 2.4. Hipótesis

El compromiso laboral influye de manera significativa en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.

## 2.5. Variables

### 2.5.1. Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicador	Ítem	Escala de medición	
Compromiso laboral	Fernández (2017) sostiene que el compromiso laboral es una condición psicológica a través de la cual un colaborador se siente como parte de la empresa y además se siente constituido en la misma, a través de un nexo o vínculo.	Se relaciona mucho con la capacidad anímica de la persona ya que, es de ella quien depende su entusiasmo y voluntad para realizar las cosas mandadas por la organización en que trabaja.	Compromiso afectivo	Deseo de permanencia	1. ¿Desea seguir formando parte de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.?	Ordinal	
					Vínculo emocional		2. ¿Le entusiasma acudir a trabajar a POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.?
					Unión afectiva		3. Actualmente trabaja en POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. más por gusto que por necesidad.
					Identificación con los objetivos		4. ¿Se siente identificado con los objetivos de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.?
					Implicación en la realización de objetivos		5. ¿Siente que su trabajo tiene un impacto en el logro de los objetivos de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.?
					Coste por abandono		6. ¿Siente que su vida se vería afectada si decide retirarse de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.?

	Vínculo de carácter material	7. ¿Le satisface la compensación salarial ofrecida por POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.?
	Necesidad	8. ¿Su permanencia en POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. está condicionada por la ausencia de alternativas?
Compromiso normativo	Sentimiento de deuda	9. ¿Se siente en deuda con POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. a causa de las oportunidades brindadas?
		1. ¿Los trabajadores se hacen entender fácilmente al momento de explicar sobre algún postre de la carta?
	Comunicativa	2. ¿Los trabajadores muestran simpatía y amabilidad al momento de atender?
	Trato respetuoso y considerado	3. ¿Los trabajadores le muestran respeto y consideración?
	Atención individualizada	4. ¿POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. ofrece un trato personalizado?
De servicio	Potencial para servir	5. ¿Le satisface la capacidad de escucha de los trabajadores?

Da Silva (2020) refiere que la atención al cliente es la herramienta que permitirá establecer puntos de contacto con los clientes, por medio de distintos canales, esto con el propósito de construir su valor porque presenta puntos de contacto, haciendo que el servicio tenga varias etapas con el cliente, interactuando desde un inicio hasta el final, construyendo el propósito de construir

Ordinal

relaciones con ellos antes, durante y después de la venta.	llegando a crear una experiencia. Se identifica tres (3) dimensiones	Disposición al momento de atender	6. Al momento de llegar a POSTRERIA PASANTI E.I.R.L., ¿es atendido inmediatamente por los trabajadores? 7. ¿Los trabajadores ofrecen una solución inmediata a cualquier inconveniente?
		Ayuda inmediata	8. ¿Los trabajadores lucen ofuscados cuando usted no está conforme con algo? 9. ¿Los trabajadores se esfuerzan por comprender sus necesidades?
		Actitud frente a inconvenientes	10. ¿Le satisface el tiempo de dedicación que le brindan los trabajadores al momento de realizar un pedido?
De trabajo		Esfuerzo	
		Dedicación	

2 Fuente: Elaboración propia de los autores

### III. MATERIAL Y MÉTODOS

#### 3.1. Material

##### 3.1.1. Población

Según Galindo (2020), la población es la agrupación de los casos que corresponde a una secuencia de especificaciones o características. Al momento de tomar un sector de dicha población, no estamos haciendo otra cosa que solo seleccionar una muestra. La población de la presente investigación está constituida por 156 clientes y 8 trabajadores de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. de la Av. Larco. Trujillo, 2022.

##### 3.1.2. Marco muestral

Registro de clientes y trabajadores de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. de la Av. Larco. Trujillo a junio de 2022.

##### 3.1.3. Unidad de análisis

Conformada por los clientes y trabajadores de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. de la Av. Larco. Trujillo, 2022.

##### 3.1.4. Muestra

Consiste en un subconjunto de elementos que competen a ese mismo conjunto determinado en sus características al que se le denomina población (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, como se citó en Quispe y Raymundo, 2022, p. 22).

- En el caso de los trabajadores, al ser una población pequeña, la muestra estará constituida por el total de la población, es decir, 8 trabajadores de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. de la Av. Larco. Trujillo.
- En el caso de los clientes, el tamaño de la muestra de estudio es 111 clientes de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. de la Av. Larco. Trujillo, la muestra fue seleccionada aleatoriamente y fue calculada mediante la fórmula estadística para poblaciones finitas:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq}$$

Dónde:

Z = Nivel de confiabilidad (95%= 1.96)

N = Población (156)

p = Variabilidad positiva (50%)

q = Variabilidad negativa (50%)

E = Margen de error (5%)

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 156}{156 * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$
$$n = 110.95$$

Tamaño de la muestra = 111 clientes de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. de la Av. Larco en Trujillo.

## 3.2. Métodos

### 3.2.1. Diseño de contrastación

#### - Según su finalidad

La investigación del presente trabajo es de tipo básica. Según Alvarez (2020), cuando una investigación es básica es porque está orientada a obtener un conocimiento nuevo de manera sistemática, teniendo como finalidad el incremento de conocimiento de una realidad, por eso, dicho estudio es básico debido a que se originó en un marco teórico cuyo fin es expandir el intelecto sobre la influencia del compromiso laboral en la atención al cliente, sin ser contrastados con algún aspecto práctico.

#### - Según su alcance

El alcance de este trabajo de investigación es causal explicativa. Según Hernández y Mendoza (2018), las investigaciones explicativas no son solo explicación de fenómenos, definiciones, variables o establecer relaciones entre estas últimas, sino también van encaminadas a responder por los motivos de los sucesos de alguna índole. Como indica su nombre, está interesado en determinar el por qué ocurren dichos eventos y de qué manera se manifiestan, o en el motivo por el cual se relacionan dos a más variables, por ello, el presente estudio es causal explicativa, ya que existe una relación de causa y efecto entre las variables de estudio.

- Según la temporalidad

El presente trabajo de investigación es de corte transversal, debido a que se basa en un solo período de tiempo, en este caso, el año 2022. Este estudio se realizó inmediatamente dejando de lado la evaluación de la evolución de las unidades de análisis a un futuro.

Según Alvarez (2020), el diseño de investigación transversal solo mide una vez a las variables, puesto que dicha información ayuda a la realización del análisis midiendo lo que caracteriza a uno o más grupos de unidades en un específico momento, sin tener que realizar una evaluación a la evolución de estas.

- Según el enfoque

El enfoque de este trabajo de investigación es cuantitativo. Babativa (2017) indica que su mejor característica de la investigación cuantitativa es el ser objetiva y deductiva, resultado de los distintos procedimientos experimentales el cual, son medibles, permitiendo que su objeto de estudio realice proyecciones y relaciones en una o más poblaciones mediante conclusiones estadísticas establecidas por una muestra. Es por ello que, el presente estudio presenta un enfoque cuantitativo ya que, se aplicará como técnica a la encuesta y, al cuestionario como instrumento para la obtención de los datos.

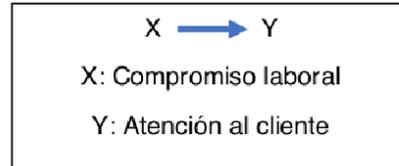
- Según el diseño de investigación

El diseño de esta investigación es no experimental debido a que, Mousalli (2015) señala que el diseño no experimental se lleva a cabo sin la modificación de variables, en otras palabras, no existe variación alguna que sea intencionalmente de alguna variable para medir su contraste sobre la otra, sino que se miran los fenómenos tal cual se presenten en su contexto originario. Por tal motivo, el presente estudio tiene un diseño no experimental debido a que no se han manipulado las variables.

Esquema de diseño causal explicativo

**Figura 1.**

*Diagrama de diseño causal explicativo*



**3.2.2. Técnicas e instrumentos de colecta de datos**

- Técnica

El presente trabajo de investigación empleó la encuesta con el propósito de recolectar información sobre ambas variables de estudio.

- Instrumento

El instrumento a usar fueron dos cuestionarios, el primero referente al compromiso laboral y el segundo a la atención al cliente, los cuales se elaboraron en escala de Likert contando con 5 opciones de respuesta, donde:

1 = Totalmente en desacuerdo

2 = En desacuerdo

3 = Ni en desacuerdo, ni de acuerdo

4 = De acuerdo

5 = Totalmente de acuerdo

- Fiabilidad

Para analizar la fiabilidad del instrumento se empleó la prueba estadística Alfa de Cronbach, para lo cual Tuapanta, Duque y Mena (2017) presentan sus coeficientes de confiabilidad.

**Tabla 1.**

*Clasificación de los niveles de fiabilidad según Alfa de Cronbach*

índice	Nivel de fiabilidad	Valor de Alfa de Cronbach
1	Excelente	0.9, 1
2	Muy bueno	0.7, 0.9
3	Bueno	0.5, 0.7
4	Regular	0.3, 0.5
5	Deficiente	0, 0.3

*Nota.* Elaboración según Tuapan, Duque y Mena (2017).

**Tabla 2.**

*Fiabilidad del instrumento de recolección de datos nivel de variables*

Variable	Alfa de Cronbach	Nº de elementos
Compromiso laboral	0.671	9
Atención al cliente	0.896	10

*Nota.* La tabla muestra que la variable compromiso laboral ha obtenido un valor de confiabilidad de 0.671 y la variable atención al cliente obtuvo un valor de 0.896, lo que significa Bueno y Muy bueno respectivamente (según tabla 1). Por lo tanto, se puede concluir que el instrumento es confiable y es óptimo para ser aplicado a la presente investigación.

### 3.2.3. Procesamiento y análisis de datos

#### **Procesamiento**

Al encontrarnos con variables de carácter cualitativo, se recolectó información a través de dos cuestionarios, el primero constando de 9 preguntas y enfocado a la variable compromiso laboral, se aplicó a 8 trabajadores de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. de la Av. Larco en Trujillo. El segundo cuestionario estuvo enfocado a la variable atención al cliente; el cual bajo la fórmula estadística para poblaciones finitas se aplicó a 111 clientes de la mencionada organización.

Una vez obtenida la información, se trasladó a una base de datos en el programa Microsoft Excel, para luego, procesar los datos utilizando el software IBM SPSS, versión 26.

Se procedió a verificar si los niveles de cada variable, para determinar si seguían una distribución normal o no. Por ello, fue necesario emplear la prueba de normalidad Shapiro – Wilk.

### Análisis de datos

Para el análisis de datos se utilizaron las siguientes técnicas estadísticas:

- Estadística descriptiva: Se utilizó esta estadística para comprender los resultados a través de la elaboración de tablas y gráficos.
- Estadística inferencial:

#### Prueba de normalidad

La prueba de normalidad de Shapiro – Wilk se basa en los siguientes términos:

H<sub>0</sub>: Los datos presentan una distribución normal

H<sub>1</sub>: Los datos no presentan una distribución normal

Tabla 3.

Prueba de las variables compromiso laboral y atención al cliente

	Shapiro - Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Compromiso laboral	,913	8	,375
Atención al cliente	,892	8	,243

Nota. En la prueba de normalidad de Shapiro - Wilk ( $n < 50$ ), se observa que las variables compromiso laboral y atención al cliente, si siguen una distribución normal ( $\text{Sig} > 0.05$ ). Así se concluye que, el análisis de relación de variables se realizará con el coeficiente de correlación de Pearson y la medición de influencia con el análisis de regresión lineal.

### **Coefficiente de correlación de Pearson**

Se empleó la prueba estadística paramétrica de Pearson, en la que se identificaron los valores de significancia para cada objetivo de la presente investigación. Para la interpretación, se consideró la siguiente escala de valoración:

**Tabla 4.**

*Escala para la interpretación del Coeficiente de Correlación de Pearson*

Valor	Interpretación
0.00 a 0.10	Correlación nula
0.10 a 0.30	Correlación débil
0.30 a 0.50	Correlación moderada
0.50 a 1.00	Correlación fuerte

### **Análisis de regresión lineal**

Se procedió a aplicar el análisis de regresión lineal para medir la influencia del compromiso laboral sobre la atención al cliente, estos resultados se representaron a través de diagramas de dispersión, los cuales muestran el grado de relación entre ambas variables, este método se adaptó al objetivo general y al tercer objetivo específico.

#### IV. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

##### 4.1. Presentación de resultados

**Objetivo general:** Determinar la influencia del compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.

**Tabla 5.**

*Relación entre el compromiso laboral y la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.*

		Compromiso laboral	Atención al cliente
Compromiso laboral	Correlación de Pearson	1	,924**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	8	8
Atención al cliente	Correlación de Pearson	,924**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	8	8

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota.* La tabla 5 comprueba que existe relación positiva significativa (Sig.<0.01) entre las variables compromiso laboral y atención al cliente, obteniendo un coeficiente de Pearson de 0.924, permitiendo alcanzar el objetivo general y evidenciando una correlación fuerte. Lo que indica que, a mayor compromiso por parte de los trabajadores de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. de la Av. Larco en Trujillo, mejor es la atención que se brinda a los clientes.

**Tabla 6.**

*Influencia del compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.*

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta			
1 (Constante)	5,465	5,745			,951	,378
Compromiso laboral	1,020	,173	,924		5,909	,001

a. Variable dependiente: Atención al cliente

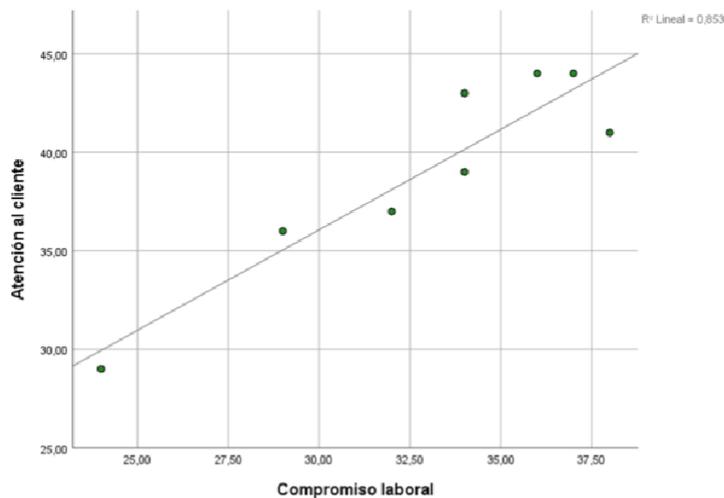
Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,924 <sup>a</sup>	,853	,829	2,11404

a. Predictores: (Constante), Compromiso laboral

*Nota.* De la tabla 6, se evidencia mediante el análisis de regresión que la variable compromiso laboral influye significativamente en la variable atención al cliente con un valor t-Student de 5.909 ( $p < 0.05$ ), comprobando la hipótesis establecida. Asimismo, se ha obtenido un coeficiente R cuadrado de 0.853, esto quiere decir que el nivel de influencia es de 85.3%.

**Figura 2.**

*Diagrama de dispersión del compromiso laboral y la atención promedio de los clientes de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.*



*Nota.* La

figura 2 revela una relación directa, indicando que, si el compromiso laboral aumenta, la percepción de los clientes sobre la atención que se brinda mejora.

**Objetivo específico 1:** Analizar el nivel de compromiso laboral de los trabajadores de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo y sus funciones.

**Tabla 7.**

*Nivel de compromiso laboral de los trabajadores de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.*

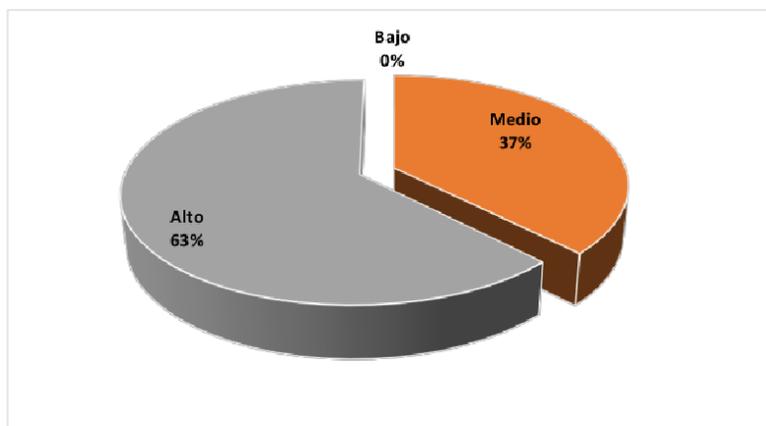
		Nº	%
Compromiso afectivo	Bajo	0	0.0
	Medio	1	12.5
	Alto	7	87.5
Compromiso de continuidad	Bajo	1	12.5
	Medio	5	62.5
	Alto	2	25.0
Compromiso normativo	Bajo	4	50.0
	Medio	3	37.5
	Alto	1	12.5
Compromiso laboral	Bajo	0	0.0
	Medio	3	37.5
	Alto	5	62.5
	Total	8	100.0

Fuente: Datos del test aplicado

*Nota.* La tabla 7 evidencia que el 62.5% de los trabajadores de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, manifiestan que su nivel de compromiso laboral es alto. Respecto al compromiso afectivo, el 87.5% de los trabajadores revelan encontrarse en un nivel alto; en el compromiso de continuidad sólo el 25% manifiestan un nivel alto y en el compromiso normativo el 50% de los trabajadores presentan un nivel de bajo.

**Figura 3.**

*Nivel de compromiso laboral de los trabajadores de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.*



*Nota.* La figura 3 muestra que el compromiso laboral del 63% de los trabajadores se encuentra en un nivel alto.

**Objetivo específico 2:** Evaluar la atención que se brinda en POSTRERIA PASANTI E.I.R.L Av. Larco. Trujillo mediante sus consumidores.

**Tabla 8.**

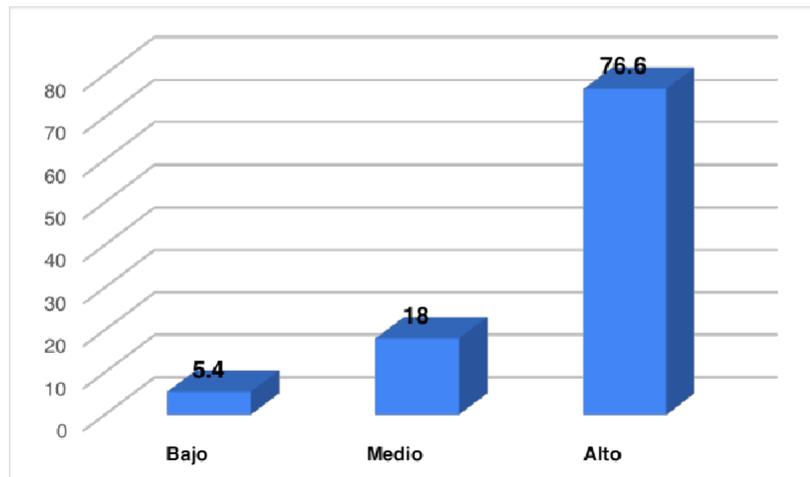
*Nivel de atención brindada en POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, desde la opinión de los clientes.*

		N°	%
Atención al cliente	Bajo	6	5,4
	Medio	20	18,0
	Alto	85	76,6
	Total	111	100,0

*Nota.* La tabla 8 evidencia el nivel de atención que se brinda en POSTRERIA PASANTI E.I.R.L Av. Larco. Trujillo; el 76.6% de los clientes manifiesta que la atención recibida se encuentra en un nivel alto y solo un 5.4% de clientes expresó que el nivel de la atención es bajo.

**Figura 4.**

*Nivel de atención que se brinda en POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.*



*Nota.* La figura 3 evidencia que el 76.6% de los clientes opina que la atención recibida se encuentra en un nivel alto.

**Objetivo específico 3:** Identificar en qué medida el compromiso afectivo influye en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco.

**Tabla 9.**

*Relación entre el compromiso afectivo y la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.*

		Atención al cliente
Compromiso afectivo	Correlación de Pearson	,864**
	Sig. (bilateral)	,006
	N	8
Compromiso de continuidad	Correlación de Pearson	,779'
	Sig. (bilateral)	,023
	N	8
Compromiso <sup>2</sup> normativo	Correlación de Pearson	,213
	Sig. (bilateral)	,613
	N	8

Nota. De la tabla 9, se evidencia que las dimensiones compromiso afectivo y compromiso de continuidad, se relacionan significativamente (Sig.<0.05) con la variable atención al cliente; encontrándose un coeficiente de Pearson de 0.864 para el compromiso afectivo y de 0.779 para el compromiso de continuidad; en ambos casos existe una correlación fuerte.

**Tabla 10.**

*Influencia del compromiso afectivo en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.*

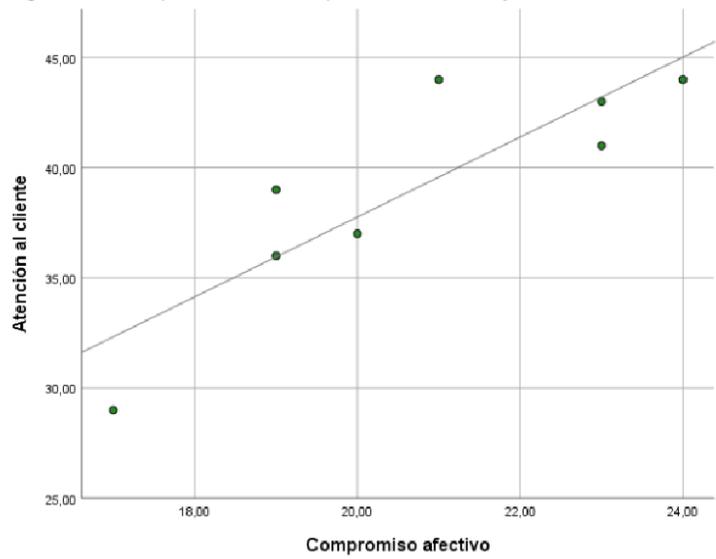
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
	B	Desv. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constante)	2,492	7,276		,342	,749
Compromiso afectivo	1,272	,419	,606	3,035	,039
Compromiso de continuidad	,942	,427	,438	2,206	,092
Compromiso normativo	,421	,562	,125	,750	,495

a. Variable dependiente: Atención al cliente

Nota. De la tabla 10, se verifica mediante el análisis de regresión que el compromiso afectivo influye significativamente en la variable atención al cliente con un valor t-Student de 3.035 (p<0.05).

**Figura 5.**

*Diagrama de dispersión del compromiso afectivo y la atención al cliente*



*Nota.* De la figura 5, se observa la relación directa, indicando que, si el compromiso afectivo aumenta, la atención al cliente mejora.

## 4.2. Discusión de resultados

En la presente investigación, se estableció como objetivo general determinar la influencia del compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022. Para lo cual, se evaluó primero la relación entre las variables, encontrando que existe relación significativa (Sig.<0.05), en sentido directo con alto grado de relación, entre el compromiso laboral y la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L., en base al coeficiente de Pearson de 0.924, tal como se aprecia en la tabla 5, luego mediante el análisis de regresión lineal, se llegó a comprobar la hipótesis que el compromiso laboral influye significativamente en la atención al cliente, con un valor de t – Student de 5.909 (Sig.<0.05). Asimismo, con el coeficiente de determinación R cuadrado se estableció que el compromiso laboral influye 85.3% de los casos en la atención al cliente. Estos resultados coinciden con los hallados por Uribe, Horna, Tamara y Ochoa (2018), quienes reportaron que, el 46.7% de los trabajadores de restaurantes manifiestan sentirse satisfechos y comprometidos con su trabajo reflejando un alto grado de permanencia. Como consecuencia el 35.3% de los clientes se encuentran satisfechos con la atención recibida; se verificó una relación entre la satisfacción de los clientes con la satisfacción de los trabajadores. Esto mismo afirman Dávila y Barboza (2019) en su investigación titulada “Servicio al cliente y la relación con la satisfacción del cliente, en el Restaurante Yenifer de Tarapoto, periodo 2016”, donde descubren que hay una relación significativa, en un nivel bajo, entre el servicio al cliente y la satisfacción del cliente, encontrándose un valor Rho de Spearman de 0.194 ( $p < 0.05$ ). Los clientes indicaron que el servicio recibido ha sido regular y no cumple con sus expectativas, determinando que se debe seleccionar trabajadores amables y capacitarlos constantemente para mejorar el ambiente laboral y la calidad de servicio que se ofrece. Por su parte Ayala y Bustamante (2018), corroboran en su teoría la relación significativa, afirmando que para garantizar la permanencia de los trabajadores en una empresa estos deben estar comprometidos con los objetivos y metas de la entidad. De los datos expresados, se puede determinar que, siendo significativa la influencia del compromiso laboral en la atención del cliente, es importante el reconocimiento periódico del compromiso del personal, revisar cada cierto tiempo las falencias y los factores que originen la falta de compromiso. En caso de contratar nuevo personal, es necesario considerar aspectos de amabilidad y empatía que contribuyan a una mejor percepción por parte de los clientes.

Con respecto al objetivo específico 1 del presente estudio, se planteó medir el nivel de compromiso laboral de los trabajadores de POSTRERIA PASANTI

E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo y sus funciones, según los resultados se observó que el 62.5% de los trabajadores de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo muestran que su nivel de compromiso laboral se encuentra en un nivel alto. Con respecto a la dimensión compromiso afectivo, el 87.5% de trabajadores se encuentran en un nivel alto; la dimensión compromiso de continuidad, la mayoría se ubica en un nivel medio, siendo el 62.5% de los trabajadores y en el compromiso normativo se aprecia que el 50% de los trabajadores indican un nivel de compromiso bajo, estos reportes pueden darse debido a que algunos colaboradores indicaron que la compensación salarial ofrecida casi nunca les satisface y a veces su permanencia en POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. está condicionada por la ausencia de alternativas. Estos resultados son similares a los reportados por Cervera (2018), quien manifiesta que, los trabajadores del Restaurante “El Tiburón” muestran un grado de compromiso organizacional de nivel medio con tendencia alto; en la dimensión compromiso afectivo y de continuidad obtuvieron un nivel medio de 31% y 29.64% respectivamente y la dimensión compromiso normativo obtuvo un valor ubicado en la categoría alto. De igual forma, fundamenta que presentan lealtad hacia la empresa a través de lazos sentimentales; sin embargo, no se sienten identificados con los objetivos del restaurante. Por su parte, Rojas (2020) evidencia que el 52% de los trabajadores de la pastelería tienen un nivel promedio de compromiso organizacional y sólo el 26.4% tienen un nivel alto; en la dimensión compromiso afectivo predomina un nivel promedio con 67.2%, en el compromiso normativo 70.4% y de continuidad 67.6% en nivel medio. Estos hallazgos se sustentan en la teoría Collins (2020), quien indica que, el 70% del personal, no se sienten comprometidos con sus tareas y Person (s.f.), quien indica que, la poca identificación hacia la empresa, se convierte en uno de los principales enemigos del compromiso laboral. Según lo descrito anteriormente, se aprecia que son mayoría los colaboradores que están en buen nivel de compromiso; sin embargo, es necesario reforzar los lazos afectivos con el personal, considerando que contribuye a un aumento del compromiso laboral. Igualmente, se sugiere a la empresa implementar talleres de motivación y fortalecer los objetivos de la postrería, tratar a cada colaborador como un experto en su puesto e identificar inconvenientes en conjunto con el trabajador, buscando generar compromiso laboral.

Con respecto al objetivo específico 2, se propuso evaluar la atención que se brinda en POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo mediante sus consumidores. Según los resultados de la tabla 8 y figura 4 se obtuvo que el 76.6% de los clientes tienen una apreciación buena de los trabajadores, indicando un nivel

alto de atención; sin embargo, se aprecia que el 5.4% de clientes indicaron un nivel bajo de atención. Estos resultados son distintos a los reportados por Moreno (2016), quien refiere que la falta de personal capacitado y la poca disposición que se tiene para trabajar en equipo afecta la atención al cliente. Los hallazgos encontrados, se sustentan por Robbins y Judge (2013), quienes mencionan que la atención es satisfacer eficientemente al cliente según las expectativas que tiene y en correspondencia a la forma de ser atendido.

Con respecto al objetivo específico 3, se propuso identificar en qué medida el compromiso afectivo influye en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, según los resultados de la tabla 9, se verificó mediante el análisis de correlación que las dimensiones compromiso afectivo y compromiso de continuidad, se encuentran significativamente relacionadas ( $\text{Sig} < 0.05$ ), con la atención al cliente; reportando un coeficiente de Pearson de 0.864 y 0.779 respectivamente; en ambos casos la relación es directa y en alta intensidad. Asimismo, mediante el análisis de regresión que se aprecia en la tabla 10, se verifica que el compromiso afectivo si influye significativamente en la atención al cliente con un estadístico t-Student de 3.035 y significancia menor a 0.05. Estos resultados coinciden con los de Gave (2022), quien reportó una relación positiva o directa entre las dimensiones compromiso afectivo, normativo y de continuidad, y la calidad de servicios de la financiera CrediScotia, reportando para el caso del compromiso afectivo un coeficiente de Pearson de 0.945 ( $p < 0.05$ ). De igual manera, Medina y Mendoza (2021), establecieron una relación entre el compromiso afectivo y la calidad de servicio. Estos reportes resultan relevantes, debido a que las empresas necesitan colaboradores que tengan altos niveles de compromiso afectivo porque estarán vinculados e identificados con los objetivos y valores de la empresa, tal como refieren Meyer y Allen (1991). Por lo encontrado, se sugiere a la empresa no descuidar y fortalecer el nivel de compromiso afectivo de sus trabajadores, ya que cuando el personal se siente cómodo con el lugar de trabajo muestra sentimientos favorables con sus obligaciones. Por ende, esta dimensión resulta ser bastante significativa en la variación de la opinión del cliente, al ser atendidos por personas amables y empáticas que se involucran en su sentir o expectativas.

## CONCLUSIONES

- Los resultados descriptivos de la variable compromiso laboral determinaron que el 62.5% de los trabajadores manifiestan que su nivel de compromiso es alto y el 37.5% expresan un nivel medio. Con respecto a las dimensiones de la mencionada variable, se pudo apreciar que en POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. de la Av. Larco en Trujillo prima el compromiso afectivo, ya que el 87.5% de los trabajadores revelan encontrarse en un nivel alto, lo que indica que sienten deseo de seguir permaneciendo en la empresa.
- Los resultados descriptivos de la variable atención al cliente determinaron que el 76.6% de los clientes expresaron que la atención recibida se ubica en un nivel alto, el 18% como nivel medio y el 5.4% como nivel bajo, comprobando que desde la percepción de los clientes la atención ofrecida por POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. de la Av. Larco en Trujillo es buena.
- Se identificó mediante el análisis de regresión que la dimensión compromiso afectivo influye significativamente ( $t$ - Student de 3.035, Sig. <0.05) en la variable atención al cliente; verificándose primero que hay una relación altamente significativa (Sig.<0.05), directa y de nivel alto, encontrándose un coeficiente de Pearson de 0.864. Es decir que, a mayor compromiso afectivo, la atención al cliente mejora.
- Se reconoció mediante el análisis de regresión que la variable compromiso laboral incide significativamente ( $t$ -Student de 5.909, Sig.<0.05) en la variable atención al cliente, demostrándose primero que hay una relación altamente significativa (Sig.<0.05), directa y de nivel alto, encontrándose un coeficiente de Pearson de 0.924. Es decir que, a mayor compromiso por parte de los trabajadores, mejor es la atención que se brinda a los clientes.

### **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda a los propietarios de la POSTRERIA PASANTI E.I.R.L, fortalecer los lazos con sus trabajadores y no descuidar los criterios del compromiso afectivo, considerando la fuerte relación que hay con la atención al cliente ya que, cubre las expectativas de ambos y a la vez, las satisface. Así, se sentirán apreciados y considerados como familia, por consiguiente, se comprometerán altamente con la organización.
- Se recomienda a los propietarios de la POSTRERIA PASANTI E.I.R.L, analizar las diversas situaciones del servicio a los clientes y solicitar a sus colaboradores, aportes o propuestas de soluciones, para hacerles partícipes de las mejorías. Este tipo de proposición hará que el personal se sienta involucrado con la empresa y, además, sentirán que su postura es valorada puesto que, al no ignorarlos, tendrán una alta motivación en contribuir.
- Se recomienda a los trabajadores generar confianza y empatía al realizar su atención, con la finalidad de satisfacer al cliente adecuadamente desde sus expectativas dado que, es importante resaltar lo necesario de colocarse en una realidad ajena a sí mismo y darse cuenta en cómo quisiera ser tratado uno cuando llega a un establecimiento como consumidor.
- Se recomienda a futuros investigadores, analizar sobre nuevas estrategias para mejorar el compromiso laboral y factores que pueden afectar la percepción de la atención recibida. Así, poder indicar a empresarios que un trabajador comprometido con su centro laboral, viene a ser el primer paso para obtener una mayor productividad.

## REFERENCIAS

- Alvarez, A. (2020). *Clasificación de las investigaciones*. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/10818>
- Ayala, C. & Bustamante, A. (2019). *Compromiso organizacional y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa OPEMIP S.A.C. Arequipa 2018* [Tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio institucional de la Universidad Tecnológica del Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.12867/2552>
- Babativa, C. (2017). *Investigación cuantitativa*. Bogotá: Aereandino. <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/3544>
- Barboza, M. & Davila, M. (2019). *Servicio al cliente y la relación con la satisfacción del cliente, en el Restaurante Yenifer de Tarapoto, periodo 2016* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Martín]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional de San Martín. <https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/3314/ADMINISTRACION%20-%20Mary%20Clayre%20Davila%20Alarcon%20%26%20Maria%20Deisy%20Barboza%20Ramirez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Benavides, E. & García, F. (2020). *Clima organizacional* [Seminario de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. <https://repositorio.unan.edu.ni/12869/1/23120.pdf>
- Buentello, C., Valenzuela, N. & Villareal, V. (30 de junio de 2019). *La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios*. Revista GEON, 6 (2), 18-24. <https://doi.org/10.22579/23463910.159>
- Caballero, C., López, L., Pérez, H. & Pérez, J. (2013). *Comunicación y atención al cliente*. Ciudad de México: Mc Graw Hill Education. <https://es.calameo.com/read/006136136e9e10bc4e7a1>
- Calderón, P. & Rojas, C. (30 de abril de 2021). *Manejo adecuado de la atención al cliente para lograr satisfacción y fidelidad*. Revista E-Idea Journal of Business, 3 (11), 36-51. <https://doi.org/10.53734/eidea.vol3.id91>

- Cámara Madrid (2021). *8 características de un servicio al cliente eficiente*.  
<https://www.mba-madrid.com/marketing/servicio-al-cliente/>
- Campos, R. (31 de diciembre de 2021). *La cortesía en el trabajo: un tema siempre actual*. El Financiero. <https://www.elfinancierocr.com/blogs/la-ruta-hacia-el-liderazgo/la-cortesia-en-el-trabajo-un-tema-siempre-actual/SIHFSA36XNFYLJLAE32VXZW2EM/story/>
- Carbajal, H. (2019). *Cultura organizacional y calidad de servicio en el restaurante marisquería "Patty" de la ciudad de Trujillo, 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional de Trujillo. [https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/15404/carbajalcontreras\\_heilin.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/15404/carbajalcontreras_heilin.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cervera, F. (2018). *Compromiso organizacional de los trabajadores del Restaurante "El Tiburón" en la ciudad de Lambayeque* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio de Tesis USAT. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/1179>
- Chauvin, S. (s.f.). *Empatía: como brindar una buena atención al cliente*. Mujeres de empresa <https://www.mujeresdeempresa.com/empatia-como-brindar-una-buena-atencion-al-cliente/>
- Chiavenato, I. (2017). *Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las organizaciones*. Ciudad de México: Mc Graw Hill Education. <https://ebooks724.upao.elogim.com/stage.aspx?il=&pg=&ed=>
- Cornejo, F. (2021). *El Compromiso Laboral y la Productividad de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Tacna, 2020* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada de Tacna]. Repositorio institucional de la Universidad Privada de Tacna. <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/2125/Cornejo-Echenique-Fiorella.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Da Silva, D. (21 de mayo de 2020). *Estrategia de omnicanalidad: Comprende la definición y aprende cómo puede ayudar a tu empresa*. Blog de Zendesk. <https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategia-de-omnicanalidad/>
- Da Silva, D. (1 de junio de 2020). *¿Qué es atención al cliente? Definición, elementos e importancia para las empresas en la actualidad*. Blog de Zendesk. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/#:~:text=Concepto%20de%20servicio%20al%20cliente%20según%20autor>

es&text=Entre%20sus%20principales%20objetivos%2C%20se,genere%20la%20satisfacción%20del%20cliente.

Da Silva, D. (12 de junio de 2020). *Cómo dar un buen servicio al cliente en 10 pasos sencillos*. Blog de Zendesk. <https://www.zendesk.com.mx/blog/como-dar-buen-servicio-cliente/>

Da Silva, D. (26 de junio de 2020). *Características del buen servicio al cliente: cómo garantizar la mejor experiencia*. Blog de Zendesk. <https://www.zendesk.com.mx/blog/caracteristicas-buen-servicio-al-cliente/>

Delgado, J. & Pesantes, F. (2020). *La omnicanalidad y el posicionamiento del grupo CardelImport S.A.C. – distrito de Trujillo 2020* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego]. Repositorio institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego. [https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/7356/1/REP\\_JOYCE.DELGADO\\_FERNANDO.PESANTES\\_LA.OMNICALIDAD.Y.EL.POSICIONAMIENTO.pdf](https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/7356/1/REP_JOYCE.DELGADO_FERNANDO.PESANTES_LA.OMNICALIDAD.Y.EL.POSICIONAMIENTO.pdf)

Galindo, H. (2020). *Estadística para no estadísticos: una guía sobre la metodología cuantitativa de trabajos académicos*. Alicante: 3Ciencias. <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2020/03/Estadística-para-no-estadísticos-Una-guía-básica-sobre-la-metodología-cuantitativa-de-trabajos-académicos-2.pdf>

Galindo, R. (2018). *Compromiso laboral del personal y su influencia en la atención al ciudadano en la Municipalidad Distrital Caleta de Carquín, 2017* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. Repositorio institucional UNJFSC. <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/2212>

Gave, J. (2022). *Compromiso organizacional y la calidad de servicios de la financiera Crediscotía en agencia Huancayo - 2021* [Tesis de maestría, Universidad Continental]. Repositorio institucional de la Universidad Continental. [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/11210/1/IV\\_PG\\_MR\\_HGO\\_TE\\_Gave\\_Parraga\\_2022.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/11210/1/IV_PG_MR_HGO_TE_Gave_Parraga_2022.pdf)

Gonzalez, H. (10 de mayo de 2018). *Clima Organizacional: estudio empírico en un restaurante de Viçosa, Minas Gerais, Brasil*. Revista Gestión y Desarrollo Libre, 6, 177-197. [https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gestion\\_libre/article/view/8150](https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gestion_libre/article/view/8150)

- Gonzalez, R. (2020). *Influencia de los incentivos laborales en la motivación del colaborador de la distribuidora Sipan Distribuciones SAC* [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio Dspace. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/2720>
- Gubbins, M. (2019). *60 mejores lugares para trabajar*. <https://www.greatplacetowork.com.pe/images/lists/las-mejores-2019/Mejores-Lugares-para-Trabajar-2019.pdf>
- Guzmán, C. (2021). *Atención al cliente: ¿Cuáles son los desafíos de las empresas peruanas?* <https://pqs.pe/tu-negocio/atencion-al-cliente-cuales-son-los-desafios-de-las-empresas-peruanas/>
- Hernández, E. (2015). *Nivel de satisfacción laboral que presentan los colaboradores del Instituto Técnico de Capacitación y Productividad -INTECAP-, sede en el departamento de Huehuetenango* [Tesis de grado, Universidad Rafael Landívar]. Repositorio institucional de la Universidad Rafael Landívar. <http://repositorio.ausjal.org/handle/20.500.12032/398877/discover>
- Hernández, R. & Mendoza, C. *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México: Mc Graw Hill Education. <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Ideas Pearson (s.f.). *Compromiso laboral: 6 estrategias innovadoras para potenciarlo*. <https://blog.pearsonlatam.com/talento-humano/compromiso-laboral-estrategias-para-potenciarlo>
- Lab (9 de julio de 2021). *Todo lo que debes saber sobre el compromiso laboral en el trabajo híbrido*. <https://canopylab.com/es/futuro-del-trabajo-todo-lo-que-debes-saber-sobre-el-compromiso-laboral/>
- Llanos, M. (2016). *La cultura organizacional: Eje de acción de la gestión humana*. Samborondón: Universidad ECOTEC. <https://ecotec.edu.ec/content/uploads/investigacion/libros/cultura-organizacional>.
- López, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil* [Tesis de maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio institucional de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>
- Medina, K. & Mendoza, S. (2021). *Relación entre el compromiso laboral y la calidad de servicio de la Municipalidad Provincial de Caylloma Arequipa – 2021* [Tesis de

licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. <http://hdl.handle.net/20.500.12773/13958>

Montaño, M., Oyarvide, H. & Reyes, E. (2017). *La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas*. Revista Científica, 3 (4), 296-309. <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>

Moreno, F. (2016). *Servicio de atención al cliente en los restaurantes de la cadena Roky's en el distrito de Trujillo – 2016* [Tesis de licenciatura, Universidad Alas Peruanas]. Repositorio institucional de la Universidad Alas Peruanas. <https://repositorio.uap.edu.pe/handle/20.500.12990/687>

Mousalli-Kayat, G. (2015). *Métodos y diseños de investigación cuantitativa*. Revista researchgate. [https://www.researchgate.net/publication/303895876\\_Metodos\\_y\\_Disenos\\_de\\_Investigacion\\_Cuantitativa](https://www.researchgate.net/publication/303895876_Metodos_y_Disenos_de_Investigacion_Cuantitativa).

Padilla, A. (2018). *Compromiso laboral y su influencia en la atención al cliente en el Banco Financiero del Perú, agencia Huacho, 2017* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. Repositorio institucional UNJFSC. <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/1747>

Raymundo, A. & Quispe, Y. (2022). *Influencia de la responsabilidad social empresarial en el valor de marca de la empresa La Baguettería & Delicatezze SAC, Piura, 2022* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego]. Repositorio institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego. [https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/10474/1/REP\\_YUCXANA.QUISPE\\_ALESKA.RAYMUNDO\\_RESPONSABILIDAD.MARCA.pdf](https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/10474/1/REP_YUCXANA.QUISPE_ALESKA.RAYMUNDO_RESPONSABILIDAD.MARCA.pdf)

Rojas, W. (2020). *Compromiso organizacional y procrastinación laboral en empleados de una empresa de pastelería del distrito de Surco* [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio institucional de la Universidad Autónoma del Perú. <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1055/Rojas%20Chiroque%2c%20Wendy%20Tatiana.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sainz, R. (29 de abril de 2016). *Atención al Cliente y Validación Funcional*. Revista Management Review, 1 (1), 27-42. <https://editorial.upgto.edu.mx/index.php/umr/article/view/6/12>

Sodexo Vida Profesional. (s.f.). *7 factores para lograr la excelencia en la atención al cliente*.  
<http://www.vidaprofesional.com.ve/blog/7-factores-para-lograr-la-excelencia-en-la-atencion-al-cliente.aspx>

The Shed Co. (2023). *Las mejores empresas para trabajar en el mundo y que más motivan a sus empleados*. [https://www.theshedcoworking.com/las-10-mejores-empresas-para-trabajar/#5\\_LINKEDIN](https://www.theshedcoworking.com/las-10-mejores-empresas-para-trabajar/#5_LINKEDIN)

Uribe, Y., Horna, E., Tamara, S. & Ochoa, F. (2018). *Ambiente laboral y su relación con la calidad de servicios en los restaurantes del distrito de Miraflores, Lima-Perú*. *Revista De Investigaciones De La Universidad Le Cordon Bleu*, 5 ref(1), 81-91. <https://doi.org/10.36955/RIULCB.2018v5n1.006>

## ANEXOS

### Anexo n.º 1

#### CUESTIONARIO SOBRE COMPROMISO LABORAL

Como estudiantes de la carrera de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego, estamos realizando una encuesta para evaluar el nivel de compromiso laboral en POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo.

No hay respuestas correctas o erróneas, nos interesa solo su opinión. Tenga por seguro que sus respuestas serán tratadas con un alto grado de confidencialidad y no afectarán a su valoración.

La escala de calificación es la siguiente:

1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

ITEMS	VALORACIÓN				
	1	2	3	4	5
1. ¿Desea seguir formando parte de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.?					
2. ¿Le entusiasma acudir a trabajar a POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.?					
3. Actualmente trabaja en POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. más por gusto que por necesidad.					
4. ¿Se siente identificado con los objetivos de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.?					
5. ¿Siente que su trabajo tiene un impacto en el logro de los objetivos de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.?					
6. ¿Siente que su vida se vería afectada si decide retirarse de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.?					

7. ¿Le satisface la compensación salarial ofrecida por POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.?					
8. ¿Su permanencia en POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. está condicionada por la ausencia de alternativas?					
9. ¿Se siente en deuda con POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. a causa de las oportunidades brindadas?					

## Anexo n.º 2

### CUESTIONARIO SOBRE ATENCIÓN AL CLIENTE

Como estudiantes de la carrera de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego, estamos realizando una encuesta para evaluar la atención al cliente en POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo.

No hay respuestas correctas o erróneas, nos interesa solo su opinión. Tenga por seguro que sus respuestas serán tratadas con un alto grado de confidencialidad y no afectarán a su valoración.

La escala de calificación es la siguiente:

1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

ITEMS	VALORACIÓN				
	1	2	3	4	5
1. ¿Los trabajadores se hacen entender fácilmente al momento de explicar sobre algún postre de la carta?					
2. ¿Los trabajadores muestran simpatía y amabilidad al momento de atender?					
3. ¿Los trabajadores le muestran respeto y consideración?					
4. ¿POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. ofrece un trato personalizado?					
5. Al momento de llegar a POSTRERIA PASANTI E.I.R.L., ¿es atendido inmediatamente por los trabajadores?					
6. ¿Le satisface la capacidad de escucha de los trabajadores?					
7. ¿Los trabajadores ofrecen una solución inmediata a cualquier inconveniente?					

8. ¿Los trabajadores lucen ofuscados cuando usted no está conforme con algo?					
9. ¿Los trabajadores se esfuerzan por comprender sus necesidades?					
10. ¿Le satisface el tiempo de dedicación que le brindan los trabajadores al momento de realizar un pedido?					

Anexo n.º 3

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

**TÍTULO:** Influencia del compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.

**Objetivo general:** Determinar la influencia del compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.

**Hipótesis:** El compromiso laboral influye de manera significativa en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.

**Juez experto:** García Crisanto, Segundo Alex

**Firma:**



**Grado académico del experto:** Doctor

**Fecha de revisión:** 28/06/2022

Variables Conceptuales	Dimensiones o Categorías	Indicadores	ÍTEMS	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con la variable		Observación
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Compromiso laboral	Compromiso afectivo	Deseo de permanencia	1. ¿Desea seguir formando parte de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.? 2. ¿Le entusiasma acudir a trabajar a POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.? 3. Actualmente trabaja en POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. más por gusto que por necesidad.	✓		✓		✓		✓		
				✓		✓		✓		✓		
Compromiso	Consecuencia	Identificación con los objetivos	4. ¿Se siente identificado con los objetivos de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.? 5. ¿Siente que su trabajo tiene un impacto en el logro de los objetivos de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.? 6. ¿Siente que su vida se vería afectada si	✓		✓		✓		✓		
				✓		✓		✓		✓		

Atención al cliente	de continuidad		decide retirarse de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.?																			
		Vínculo de carácter material	7. ¿Le satisface la compensación salarial ofrecida por POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.?	✓																		
	Compromiso normativo	Obligación moral	8. ¿Su permanencia en POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. está condicionada por la ausencia de alternativas?																			
		Buenas maneras para orientar al cliente	9. ¿Se siente en deuda con POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. a causa de las oportunidades brindadas?	✓																		
			10. ¿Los trabajadores se hacen entender fácilmente al momento de explicar sobre algún poste de la carta?	✓																		
	Comunicativa	Trato respetuoso y considerado	11. ¿Los trabajadores muestran simpatía y amabilidad al momento de atender?	✓																		
			12. ¿Los trabajadores le muestran respeto y consideración?	✓																		
	De servicio	Atención cuidadosa e individualizada	13. ¿POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. ofrece un trato personalizado?	✓																		
			14. Al momento de llegar a POSTRERIA PASANTI E.I.R.L., ¿es atendido inmediatamente por los trabajadores?																			
			15. ¿Le satisface la capacidad de escucha de los trabajadores?																			
			16. ¿Los trabajadores ofrecen una solución inmediata a cualquier inconveniente?	✓																		
			17. ¿Los trabajadores lucen ofuscados cuando usted no está conforme con algo?																			
	De trabajo	Esfuerzo	18. ¿Los trabajadores se esfuerzan por comprender sus necesidades?	✓																		
			19. ¿Le satisface el tiempo de dedicación que le brindan los trabajadores al momento de realizar un pedido?	✓																		

**FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS**

**TÍTULO:** Influencia del compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.

**Objetivo general:** Determinar la influencia del compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.

**Hipótesis:** El compromiso laboral influye de manera significativa en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.

**Juez experto:** Consuelo Isabel De La Rosa Díaz

**Firma:**



**Grado académico del experto:** Maestra

**Fecha de revisión:** 12/07/2022

Variables Conceptuales	Dimensiones o Categorías	Indicadores	ÍTEMS	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con la variable		Observación
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Compromiso laboral</b>	Compromiso afectivo	Deseo de permanencia	1. ¿Desea seguir formando parte de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.? 2. ¿Le entusiasma acudir a trabajar a POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.? 3. Actualmente trabaja en POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. más por gusto que por necesidad.	✓		✓		✓		✓		
		Identificación con los objetivos	4. ¿Se siente identificado con los objetivos de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.? 5. ¿Siente que su trabajo tiene un impacto en el logro de los objetivos de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.?	✓		✓		✓		✓		
	Compromiso de continuidad	Consecuencia	6. ¿Siente que su vida se vería afectada si decide retirarse de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.?	✓		✓		✓		✓		



### FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

**TÍTULO:** Influencia del compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.

**Objetivo general:** Determinar la influencia del compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.

**Hipótesis:** El compromiso laboral influye de manera significativa en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.

**Juez experto:** Gustavo Ugarriza Gross

**Firma:**



**Grado académico del experto:** Magister

**Fecha de revisión:** 29/06/2022

Variables Conceptuales	Dimensiones o Categorías	Indicadores	ÍTEMS	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con la variable		Observación	
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
Compromiso laboral	Compromiso afectivo	Deseo de permanencia	1. ¿Desea seguir formando parte de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.? 2. ¿Le entusiasma acudir a trabajar a POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.? 3. Actualmente trabaja en POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. más por gusto que por necesidad. 4. ¿Se siente identificado con los objetivos de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.? 5. ¿Siente que su trabajo tiene un impacto en el logro de los objetivos de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.? 6. ¿Siente que su vida se vería afectada si decide retirarse de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.?	✓		✓		✓		✓			
				✓		✓		✓		✓			
				✓		✓		✓		✓		✓	
	Compromiso de continuidad	Consecuencia			✓		✓		✓				



Anexo n.º 4

**CARTA DE ACEPTACIÓN**



Trujillo, 19 de julio de 2022

**CARTA DE ACEPTACIÓN**

Señor Decano

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Privada Antenor Orrego

Por medio de la presente, POSTRERIA PASANTI E.I.R.L., nos permitimos notificar la **ACEPTACIÓN** del proyecto de tesis: *Influencia del compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022*, a llevarse a cabo por Br. Maria Fernanda Cristina, Herrera Vilchez, identificado con DNI N° 70266884 y Br. Kristhy Missell, Paredes Deza, identificado con DNI N° 73934508.

Esperamos que la culminación de este proyecto se lleve a cabo bajo los reglamentos estipulados en su facultad.

Atentamente,

POSTRERIA PASANTI E.I.R.L.  
*Paola*  
PAOLA DE LA TORRE UGARTE DIAZ  
TITULAR GERENTE

Av. Larco Nro. 1008 – Urb. San Andrés  
Victor Larco Herrera – Trujillo  
Teléfono: 044 256 326  
Celular: 947 732 937

Anexo n.º 5

MATRIZ DE CONSISTENCIA

AUTORES:	Herrera Vilchez, María Fernanda	Paredes Deza, Missell	FECHA:	01/07/2022
TÍTULO:	"Influencia del compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022"			
PROBLEMA	<p><b>OBJETIVOS</b></p> <p><b>1. Problema general</b></p> <p>1. Objetivo general</p> <p>Determinar la influencia del compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.</p> <p><b>2. Objetivos específicos</b></p> <p>Medir el nivel de compromiso laboral de los trabajadores de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo y sus funciones.</p> <p>Evaluar la atención que se brinda en POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo mediante sus consumidores.</p> <p>Identificar en qué medida el compromiso afectivo influye en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco.</p>			
¿De qué manera influye el compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022?	<p><b>HIPÓTESIS</b></p> <p>1. Hipótesis general</p> <p>El compromiso laboral influye de manera significativa en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022.</p>			
	<p><b>VARIABLES</b></p> <p>Variable Independiente</p>			
	<p><b>METODOLOGÍA</b></p> <p>1. Tipo de investigación</p> <p>Cuantitativo/Básica</p>			
	<p>2. Nivel de la investigación</p> <p>Causal/Explicativa</p>			
	<p>3. Diseño de la investigación</p> <p>No experimental de corte transversal causal</p>			

	<p><b>4. Método</b> Hipotético deductivo</p>
<p><b>Variable Dependiente</b></p>	<p><b>5. Población</b> Conformada por 156 clientes y 8 trabajadores de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. de la Av. Larco. Trujillo, 2022.</p>
<p>Atención al cliente</p>	<p><b>6. Muestra</b> 111 clientes y 8 trabajadores de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. de la Av. Larco. Trujillo, 2022.</p>
	<p><b>7. Unidad de estudio</b> Clientes y trabajadores de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. de la Av. Larco. Trujillo, 2022.</p>
	<p><b>8. Técnica de recolección</b> Encuesta</p>
	<p><b>9. Instrumento de recolección</b> Cuestionario</p>

Anexo n.º 6

BASE DE DATOS RECOPIADOS EN MICROSOFT EXCEL DE LOS ENCUESTADOS

Base de datos de la variable compromiso laboral

SUJETO	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	ITEM 7	ITEM 8	ITEM 9
1	4	4	5	4	4	4	5	2	4
2	4	4	4	4	4	3	4	2	3
3	4	4	3	4	4	4	4	5	2
4	5	5	5	4	5	3	5	4	1
5	5	5	4	4	5	5	3	2	1
6	3	3	2	4	5	1	4	1	1
7	5	5	4	5	4	5	3	2	5
8	3	4	5	3	4	4	1	2	3

Base de datos de la variable atención al cliente

SUJETO	TRABAJADOR QUE ATENDIÓ	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	ITEM 7	ITEM 8	ITEM 9	ITEM 10
1	TRABAJADOR 2	4	4	4	3	3	4	3	2	2	3
2	TRABAJADOR 1	4	5	5	3	4	4	5	1	5	5
3	TRABAJADOR 1	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4
4	TRABAJADOR 1	5	5	5	5	4	5	5	1	5	5
5	TRABAJADOR 5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5
6	TRABAJADOR 6	4	4	5	3	4	4	3	2	4	5
7	TRABAJADOR 8	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5
8	TRABAJADOR 5	5	5	4	2	3	5	3	1	3	3
9	TRABAJADOR 6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	TRABAJADOR 1	4	5	5	5	4	5	5	1	5	5
11	TRABAJADOR 2	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
12	TRABAJADOR 4	4	4	4	2	3	4	3	2	4	4
13	TRABAJADOR 3	5	5	4	4	3	4	4	2	4	3
14	TRABAJADOR 8	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5
15	TRABAJADOR 2	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4
16	TRABAJADOR 3	4	5	4	3	4	5	4	2	3	4
17	TRABAJADOR 8	5	4	4	3	4	4	4	1	5	4
18	TRABAJADOR 5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5
19	TRABAJADOR 8	2	3	3	4	2	1	2	4	1	1
20	TRABAJADOR 1	5	5	5	5	5	4	3	1	5	4
21	TRABAJADOR 6	2	4	4	4	2	2	3	2	2	2
22	TRABAJADOR 8	4	2	3	4	2	2	2	3	3	1
23	TRABAJADOR 4	5	5	5	3	4	4	5	1	4	5
24	TRABAJADOR 8	4	4	4	3	4	4	4	1	3	4
25	TRABAJADOR 6	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2
26	TRABAJADOR 7	4	4	4	3	2	4	2	1	3	4
27	TRABAJADOR 6	2	2	2	3	1	2	1	4	3	2
28	TRABAJADOR 1	5	5	5	4	4	4	4	1	4	4
29	TRABAJADOR 6	2	3	3	3	1	2	1	3	1	2
30	TRABAJADOR 1	4	4	4	5	4	4	4	2	4	5
31	TRABAJADOR 6	2	4	4	3	2	1	2	3	2	2
32	TRABAJADOR 4	5	5	5	5	5	4	4	2	3	4
33	TRABAJADOR 6	2	2	2	3	1	1	1	3	1	1
34	TRABAJADOR 7	4	5	5	5	5	4	4	1	4	5
35	TRABAJADOR 7	4	4	4	4	5	5	4	1	4	5
36	TRABAJADOR 6	2	3	3	3	2	2	1	3	1	2
37	TRABAJADOR 7	4	4	4	5	4	4	4	1	3	4
38	TRABAJADOR 8	3	3	3	3	1	1	2	2	2	2
39	TRABAJADOR 7	4	4	4	5	4	4	5	1	4	5
40	TRABAJADOR 7	5	5	5	5	4	4	4	2	4	4
41	TRABAJADOR 3	4	4	5	4	4	4	2	2	4	4
42	TRABAJADOR 5	5	5	5	3	4	5	5	2	3	5
43	TRABAJADOR 5	5	5	5	4	4	4	5	1	4	5
44	TRABAJADOR 5	5	5	5	4	5	5	5	2	5	5
45	TRABAJADOR 3	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4
46	TRABAJADOR 1	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
47	TRABAJADOR 1	5	5	5	5	5	5	4	1	5	5
48	TRABAJADOR 1	5	5	5	2	5	5	5	1	5	5
49	TRABAJADOR 3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
50	TRABAJADOR 8	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4

51	TRABAJADOR 5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
52	TRABAJADOR 4	5	5	5	5	5	3	5	1	5	5
53	TRABAJADOR 5	5	5	5	5	5	3	5	1	5	5
54	TRABAJADOR 4	5	5	5	5	4	3	4	1	4	5
55	TRABAJADOR 3	4	4	4	2	4	3	5	1	4	4
56	TRABAJADOR 5	5	5	5	2	5	3	5	1	3	5
57	TRABAJADOR 4	5	5	5	3	5	4	3	1	3	5
58	TRABAJADOR 4	5	5	5	4	5	3	5	1	5	5
59	TRABAJADOR 1	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
60	TRABAJADOR 1	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
61	TRABAJADOR 3	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
62	TRABAJADOR 4	5	5	5	4	5	5	5	1	5	5
63	TRABAJADOR 4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
64	TRABAJADOR 5	5	5	5	4	5	5	5	1	5	5
65	TRABAJADOR 1	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
66	TRABAJADOR 3	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
67	TRABAJADOR 5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
68	TRABAJADOR 4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
69	TRABAJADOR 5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
70	TRABAJADOR 2	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4
71	TRABAJADOR 5	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4
72	TRABAJADOR 5	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4
73	TRABAJADOR 2	4	4	4	3	4	4	4	1	4	4
74	TRABAJADOR 2	4	4	4	3	4	4	4	1	4	4
75	TRABAJADOR 2	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4
76	TRABAJADOR 5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
77	TRABAJADOR 5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
78	TRABAJADOR 4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
79	TRABAJADOR 7	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
80	TRABAJADOR 7	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
81	TRABAJADOR 4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
82	TRABAJADOR 4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
83	TRABAJADOR 4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
84	TRABAJADOR 4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
85	TRABAJADOR 8	4	4	4	4	4	4	4	1	5	5
86	TRABAJADOR 4	5	5	5	3	5	5	5	1	5	5
87	TRABAJADOR 4	5	5	5	2	5	3	5	1	5	5
88	TRABAJADOR 1	5	5	5	5	5	3	5	1	5	5
89	TRABAJADOR 1	5	5	5	5	4	5	5	1	5	5
90	TRABAJADOR 3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
91	TRABAJADOR 3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
92	TRABAJADOR 4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
93	TRABAJADOR 4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
94	TRABAJADOR 4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
95	TRABAJADOR 4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
96	TRABAJADOR 1	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
97	TRABAJADOR 1	5	5	5	5	4	4	5	1	5	5
98	TRABAJADOR 7	5	5	5	3	5	5	5	1	5	5
99	TRABAJADOR 4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
100	TRABAJADOR 4	5	5	5	4	5	5	5	1	5	5
101	TRABAJADOR 8	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
102	TRABAJADOR 1	5	5	4	5	4	4	4	1	4	5
103	TRABAJADOR 3	4	4	4	4	4	4	4	1	4	5
104	TRABAJADOR 3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
105	TRABAJADOR 1	5	5	5	5	5	2	5	1	5	5
106	TRABAJADOR 1	5	5	5	5	4	5	5	1	5	5
107	TRABAJADOR 3	4	4	4	2	4	4	4	1	4	5
108	TRABAJADOR 1	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
109	TRABAJADOR 3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
110	TRABAJADOR 6	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
111	TRABAJADOR 8	4	4	4	4	4	5	5	2	3	5

# Influencia del compromiso laboral en la atención al cliente de POSTRERIA PASANTI E.I.R.L. Av. Larco. Trujillo, 2022. Autores: Herrera Vilchez, Maria Fernanda Cristina y Paredes Deza, Kristhy Missell

## INFORME DE ORIGINALIDAD

9%

INDICE DE SIMILITUD

9%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1

[repositorio.upao.edu.pe](https://repositorio.upao.edu.pe)

Fuente de Internet

4%

2

[hdl.handle.net](https://hdl.handle.net)

Fuente de Internet

4%

3

[repositorio.unjfsc.edu.pe](https://repositorio.unjfsc.edu.pe)

Fuente de Internet

1%

4

[intra.uigv.edu.pe](https://intra.uigv.edu.pe)

Fuente de Internet

1%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Activo



Dra. Margot Isabel Herbias Figueroa

Asesora